

Humor, sátira y contrapoder en España durante  
la primera legislatura de Mariano Rajoy  
(2011-2015)

Javier López Martín

Tesis depositada en cumplimiento parcial de los requisitos  
para el grado de Doctor en  
Investigación en Medios de Comunicación

Universidad Carlos III de Madrid

Directora

MATILDE EIROA

Septiembre de 2020

Esta tesis se distribuye bajo licencia “Creative Commons **Reconocimiento – No Comercial – Sin Obra Derivada**”.



## **Resumen**

La tesis doctoral que presentamos pretende analizar los diferentes formatos de sátira política practicados durante la legislatura 2011–2015 presidida por Mariano Rajoy. Para ello se ha seleccionado un conjunto de fechas clave de este periodo con el fin de conocer la respuesta de los medios satíricos ante los acontecimientos de mayor trascendencia política y social, como casos de corrupción, recortes sociales o de derechos civiles y aprobación de leyes polémicas por parte de un gobierno con mayoría absoluta en el parlamento.

Entre los formatos satíricos objeto de estudio se encuentran programas de televisión conocidos como *infoshows*, revistas y viñetas de humor político y redes sociales, sobre todo Twitter. En ellos se busca conocer los procedimientos que usan herramientas humorísticas como la sátira, la ironía o la reducción al ridículo para estudiar su funcionamiento, confrontar decisiones o afirmaciones lanzadas por el gobierno y la oposición y determinar el valor del humor como herramienta de contrapoder.

**Palabras clave:** humor, sátira, contrapoder, política, persuasión

## **Abstract**

The doctoral thesis we present aims to analyse the different formats of political satire practiced during the 2011 - 2015 legislature chaired by Mariano Rajoy, full of controversies and social tensions. For this, a set of key dates of this period have been selected in order to know the response of the satirical media to the events of greater political and social importance, such as cases of corruption, social or civil rights cuts and approval of controversial laws by part of a government with an absolute majority in parliament.

Among the satirical formats under study are television programs known as infoshows, magazines and vignettes of political humour and social networks, especially Twitter. These formats seek to know the procedures that use humorous tools such as satire, irony or ridicule reduction to know how they work, confront decisions or statements launched by the government and the opposition and determine the value of humour as a tool of counterpower.

**Keywords:** humor, satire, counterpower, politic, persuasion

## ÍNDICE

<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>12</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN: PRINCIPIOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS.....</b>	<b>15</b>
<b>2. SÁTIRA Y HUMOR EN ESPAÑA: marco teórico y estado de la cuestión.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1 El Marco teórico de la sátira y el humor.....</b>	<b>24</b>
2.1.1 Características comunicativas del humor.....	27
2.1.2 Beneficios del humor .....	32
2.1.3 Qué es la sátira y la sátira como contrapoder.....	34
2.1.4 Ironía .....	38
2.1.5 Reducción al ridículo .....	41
2.1.6 Otras herramientas humorísticas: exageración, paralelismo, analogía .....	45
2.1.7 Libertad de expresión y humor: un debate no acabado .....	49
<b>2.2 Estado de la cuestión sobre la sátira política y su evolución con     los nuevos medios .....</b>	<b>59</b>
<b>2.3 Sátira y humor: un recorrido retrospectivo .....</b>	<b>65</b>
2.3.1 Desde el siglo XVIII hasta el tardofranquismo .....	67
2.3.2 Viñetas durante el franquismo y la Ley de Prensa de 1966.....	81
2.3.3 El humor en la transición política a la democracia: las viñetas .....	93
2.3.3.1 Los autores .....	96
2.3.3.2 Las revistas .....	108

2.3.4 La democracia asentada: el <i>infoshow</i> .....	118
2.3.4.1 Caiga Quien Caiga .....	120
2.3.4.2 El Informal .....	123
2.3.4.3 Buenafuente .....	125
2.3.4.4 El Intermedio .....	128
 <b>3. HUMOR Y SÁTIRA EN ESPAÑA DURANTE LA LEGISLATURA 2011-2015</b> .....	 133
3.1 La Ley Orgánica de protección de la seguridad ciudadana 4/2015 y los límites del humor .....	135
3.2 ¿Quiénes son los humoristas en la actualidad? Perfiles y formación .....	140
3.2.1 Guionistas .....	141
3.2.2 Tuiteros y dibujantes .....	146
3.2.3 Cómicos profesionales .....	149
3.3 Nuevos formatos y plataformas satíricas durante la legislatura: Twitter y Mongolia .....	158
3.3.1 Twitter .....	159
3.3.2 Mongolia .....	164
3.4 Temas y situaciones que han provocado humor y sátira .....	169
3.4.1 El gobierno subirá el IVA y los impuestos especiales en 2013 para recaudar 8.000 millones .....	178
3.4.2 José Ignacio Wert: "Nuestro interés es españolizar a los alumnos catalanes" .....	183

3.4.3 Luis Bárcenas ocultó 22 millones en Suiza siendo gerente y tesorero del PP .....	187
3.4.4 El plasma de Mariano Rajoy .....	191
3.4.5 María Dolores de Cospedal en diferido .....	196
3.4.6 Luis Bárcenas entra en prisión .....	202
3.4.7 Evolución en intención de voto de la primera mitad de la legislatura .....	206
3.4.8 El Gobierno aprueba la ley del aborto más restrictiva de la democracia .....	209
3.4.9 Esperanza Aguirre se da a la fuga cuando iba a ser multada en el centro de Madrid .....	215
3.4.10 Arias Cañete: “el debate con una mujer es difícil” .....	221
3.4.11 Directivos de Caja Madrid usaban 'tarjetas B' para sus gastos personales .....	225
3.4.12 Plan de emergencia en Madrid por el primer caso de ébola fuera de África .....	229
3.4.13 Hacienda revela el pago de otros 750.000 euros en negro por la sede del PP .....	234
3.4.14 El juez destapa la trama del 3% madrileño. Francisco Granados, detenido .....	238
3.4.15 La infanta Cristina, imputada por fraude fiscal .....	245
3.4.16 El desempleo desciende en 117.985 personas, la mayor caída de la historia en mayo .....	251
3.4.17 Evolución intención de voto de la segunda mitad de la legislatura .....	255

3.5 La sátira como contrapoder, ¿efectos en la clase política y en el electorado? .....	261
3.6 Políticos y cómicos .....	286
3.7 Sátira no política .....	293
<b>4. CONCLUSIONES Y PROSPECTIVA .....</b>	<b>300</b>
4.1. Guía de herramientas de humor para un político .....	305
4.1.1 Técnicas discursivas .....	305
4.1.2 Técnicas de personaje .....	306
<b>5. FUENTES .....</b>	<b>308</b>
5.1 Fuentes jurídicas .....	308
5.2 Fuentes hemerográficas .....	308
5.3 Fuentes en wikis y redes sociales .....	318
5.4 Fuentes orales .....	320
<b>6. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>322</b>



## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen nº 1. Tuit de @Imbecilismo, 27/06/2016.....	40
Imagen nº 2. Tuit de @FacuDiazT, 20/12/2013.....	46
Imagen nº 3. Tuit de @esecundarios, 11/10/2012. ....	47
Imagen nº 4. Tuit de @carvalladolid, 05/02/2013.....	48
Imagen nº 5. Portada de <i>Makoki</i> . Nº 23, 02/1992.....	52
Imagen nº 6. Viñeta en <i>Gil de Blas</i> , 05/10/1871 .....	71
Imagen nº 7. Portada de <i>La Traca</i> , Fecha no disponible (1936-1938).....	75
Imagen nº 8. Portada de <i>Pakitu</i> . Nº 716, 06/12/1922 .....	76
Imagen nº 9. Viñeta en <i>Buen Humor</i> . Nº 229, 18/04/1926 .....	77
Imagen nº 10. Viñeta en <i>Be Negre</i> . Nº 218, 28/10/1935 .....	79
Imagen nº 11. Portada de <i>La Ametralladora</i> . Nº 26, 25/07/1937 .....	80
Imagen nº 12. Portada de <i>La Codorniz</i> . Nº 1255, 05/12/1965.....	84
Imagen nº 13. Portada de <i>La Codorniz</i> . Nº 1406, 28/10/1968.....	87
Imagen nº 14. Portada de <i>Hermano Lobo</i> . Nº 169, 02/10/1975 .....	89
Imagen nº 15. Portada de <i>Hermano Lobo</i> . Nº 29, 25/11/1972 .....	90
Imagen nº 16. Portada de <i>Hermano Lobo</i> . Nº 153, 12/04/1975 .....	91
Imagen nº 17. Portada de <i>Hermano Lobo</i> . Nº 139, 04/01/1975 .....	92
Imagen nº 18. Viñeta en <i>El País</i> , 01/10/2012 .....	96
Imagen nº 19. Viñeta convertida en sello de Correos, 13/10/2014.....	97
Imagen nº 20. Viñeta recuperada por <i>ConSalud</i> , 22/02/2018 .....	98
Imagen nº 21. Viñeta en <i>El País</i> , 25/02/2009 .....	99
Imagen nº 22. Viñeta en <i>El País</i> , 20/06/2011 .....	101
Imagen nº 23. Viñeta en <i>El País</i> , 03/08/2005 .....	102
Imagen nº 24. Portada de <i>Hermano Lobo</i> . Nº 55, 26/05/1973 .....	103
Imagen nº 25. Viñeta recuperada por <i>Museo del Humor</i> .....	104
Imagen nº 26. Viñeta recuperada por <i>Huffington Post</i> . ....	105
Imagen nº 27. Viñeta en <i>El País</i> , 15/05/2019 .....	106
Imagen nº 28. Viñeta en <i>El País</i> , 06/11/2014 .....	107
Imagen nº 29. Portada de <i>Por Favor</i> . Nº 118, 04/10/1977 .....	110
Imagen nº 30. Portada de <i>El Pápus</i> . Nº 87, 14/06/1975.....	111
Imagen nº 31. Portada de <i>Barrabás</i> . Nº 19, 06/02/1973 .....	113

Imagen nº 32. Portada de <i>El Jueves</i> . Nº 1822, 25/04/2012 .....	115
Imagen nº 33. Portada de <i>El Jueves</i> . Nº 1868, 13/03/2013 .....	116
Imagen nº 33. Tuit de @gianclgar, 10/01/2017 .....	137
Imagen nº 34. Tuit de @Sergio_VSantes, 30/03/2018.....	144
Imagen nº 35. Tuit de @IgnatiusFarray, 01/09/2018.....	157
Imagen nº 36. Tuit de @IgnatiusFarray, 12/11/2019.....	158
Imagen nº 37. Tuit de @Modernicidio, 22/03/2018 .....	160
Imagen nº 38. Tuit de @maximhuerta, 26/04/2010 .....	163
Imagen nº 39. Tuit de @maximhuerta, 21/02/2012 .....	163
Imagen nº 40. Portada de <i>Mongolia</i> . Nº 1, 04/2012 .....	166
Imagen nº 41. Portada de <i>Mongolia</i> . Nº 23, 06/2014 .....	167
Imagen nº 42. Portada de <i>Mongolia</i> . Nº 32, 04/2015 .....	168
Imagen nº 43. Tuit de @tortondo, 07/11/2018.....	173
Imagen nº 44. Tuit de @Els_quatre_gats, 28/04/2012.....	178
Imagen nº 45. Tuit de @Els_quatre_gats, 27/04/2012.....	179
Imagen nº 46. Tuit de @quiquepeinado, 30/04/2012 .....	180
Imagen nº 47. Tuit de @gerardotc, 27/04/2012.....	180
Imagen nº 48. Tuit de @CondeDeLaFere, 28/04/2012 .....	182
Imagen nº 49. Tuit de @raquelsastrecom, 10/10/2012 .....	183
Imagen nº 50. Tuit de @esecundarios, 11/10/2012 .....	184
Imagen nº 51. Tuit de @Enrique_Herrero, 11/10/2012 .....	185
Imagen nº 52. Viñeta de <i>El Jueves</i> . Nº 1847, 17/10/2012.....	185
Imagen nº 53. Viñeta en <i>El País</i> , 17/01/2013.....	187
Imagen nº 54. Tuit de @SenoritaPuri, 17/01/2013 .....	188
Imagen nº 55. Tuit de @masaenfurecida, 18/01/2013 .....	189
Imagen nº 56. Tuit de @08181, 17/01/2013.....	189
Imagen nº 57. Tuit de @moedetriana, 03/02/2013.....	192
Imagen nº 58. Tuit de @elmundotoday, 04/02/2013 .....	192
Imagen nº 59. Tuit de @carvalladolid, 05/02/2013.....	193
Imagen nº 60. Tuit de @queridoantonio, 04/02/2013 .....	194
Imagen nº 61. Viñeta de <i>El Jueves</i> . Nº 1863.....	195
Imagen nº 62. Tuit de @DaniMateoAgain, 25/02/2013 .....	196
Imagen nº 63. Tuit de @gerardotc, 26/02/2013.....	197
Imagen nº 64. Tuit de @yeyodebote, 26/02/2013 .....	198

Imagen nº 65. Tuit de @CarlosLanga, 26/02/2013 .....	198
Imagen nº 66. Tuit de @ahorapodemos, 25/12/2017 .....	200
Imagen nº 67. Tuit de @cristina_pardo, 27/06/2013 .....	202
Imagen nº 68. Tuit de @gerardotc, 28/06/2013.....	203
Imagen nº 69. Tuit de @SenoritaPuri, 28/06/2013 .....	204
Imagen nº 70. Tuit de @elbaronrojo, 27/06/2013.....	205
Imagen nº 71. Tuit de @SrHuevon, 28/06/2013.....	205
Imagen nº 72. Tuit de @El_Intermedio, 27/06/2013.....	206
Imagen nº 73. Tuit de @FacuDiazT, 20/12/2013.....	210
Imagen nº 74. Tuit de @masaenfurecida, 21/12/2013 .....	211
Imagen nº 75. Tuit de @SrHuevon, 20/12/2013.....	211
Imagen nº 76. Tuit de @carvalladolid, 21/12/2013 .....	212
Imagen nº 77. Tuit de @JotDownSpain, 20/12/2013.....	212
Imagen nº 78. Tuit de @cristina_pardo, 21/12/2013 .....	213
Imagen nº 79. Portada de El Jueves. Nº 1911, 08/01/2014 .....	214
Imagen nº 80. Tuit de @elbaronrojo, 04/04/2014.....	216
Imagen nº 81. Tuit de @gerardotc, 04/04/2014.....	217
Imagen nº 82. Tuit de @FacuDiazT, 03/04/2014.....	217
Imagen nº 83. Tuit de @quiquepeinado, 04/04/2014 .....	218
Imagen nº 84. Tuit de @Mortimer_Fu, 03/04/2014.....	219
Imagen nº 85. Tuit de @iescolar, 04/04/2014.....	220
Imagen nº 86. Viñeta en eldiario.es, 25/04/2017 .....	220
Imagen nº 87. Tuit de @moedetriana, 16/05/2014 .....	222
Imagen nº 88. Tuit de @gerardotc, 16/05/2014.....	222
Imagen nº 89. Tuit de @moedetriana, 16/05/2014 .....	223
Imagen nº 90. Tuit de @mariolacubells, 16/05/2014 .....	224
Imagen nº 91. Tuit de @moedetriana, 03/10/2014 .....	226
Imagen nº 92. Tuit de @TaboadaLucia, 06/10/2014 .....	226
Imagen nº 93. Tuit de @Els_quatre_gats, 02/10/2014.....	227
Imagen nº 94. Tuit de @donarfonzo, 01/10/2014.....	227
Imagen nº 95. Viñeta en El País, 05/10/2014 .....	229
Imagen nº 96. Tuit de @Xuxipc, 07/10/2014 .....	230
Imagen nº 97. Tuit de @masaenfurecida, 08/10/2014 .....	230
Imagen nº 98. Tuit de @gerardotc, 12/10/2014.....	231

Imagen nº 99. Tuit de @PhilAMellows, 13/10/2014.....	231
Imagen nº 100. Tuit de @AnitaBotwin, 07/10/2014 .....	232
Imagen nº 101. Portada de <i>El Jueves</i> . Nº 1951, 15/10/2014 .....	233
Imagen nº 102. Tuit de @SenoritaPuri, 24/10/2014 .....	235
Imagen nº 103. Tuit de @gerardotc, 24/10/2014.....	235
Imagen nº 104. Tuit de @Els_quatre_gats, 24/10/2014 .....	236
Imagen nº 105. Tuit de @Xuxipc, 24/10/2014 .....	237
Imagen nº 106. Tuit de @PabloTilo, 24/10/2014 .....	238
Imagen nº 107. Tuit de @cristina_pardo, 27/10/2014 .....	239
Imagen nº 108. Tuit de @TaboadaLucia, 27/10/2014 .....	240
Imagen nº 109. Tuit de @Xuxipc, 03/11/2014 .....	241
Imagen nº 110. Tuit de @masaenfurecida, 31/10/2014 .....	242
Imagen nº 111. Tuit de @PhilAMellows, 31/10/2014.....	243
Imagen nº 112. Portada de <i>El Jueves</i> , Nº 1954, 05/11/2014 .....	243
Imagen nº 113. Tuit de @norcoreano, 07/11/2014.....	245
Imagen nº 114. Tuit de @esecundarios, 07/11/2014 .....	246
Imagen nº 115. Tuit de @gerardotc, 07/11/2014.....	247
Imagen nº 116. Tuit de @PabloTilo, 08/11/2014 .....	248
Imagen nº 117. Portada de <i>Mongolia</i> , Nº 12. Mayo de 2013.....	249
Imagen nº 118. Tuit de @Arezno, 02/06/2015 .....	252
Imagen nº 119. Tuit de @Mortimer_Fu, 02/06/2015.....	252
Imagen nº 120. Tuit de @ForbesFlauta, 02/06/2015.....	253
Imagen nº 121. Tuit de @FrayJosepho, 26/07/2015 .....	253
Imagen nº 122. Tuit de @JosPastr, 23/07/2015.....	254
Imagen nº 123. Tuit de @PhilAMellows, 01/08/2015.....	254
Imagen nº 124. Tuit de @gabrielrufian, 11/06/2018 .....	288
Imagen nº 125. Tuit de @gabrielrufian, 31/12/2017 .....	289

## JUSTIFICACIÓN

El tema de investigación responde al interés por estudiar el uso de herramientas cómicas durante la primera legislatura de Mariano Rajoy en la cual se sucedieron acontecimientos de gran relevancia no solo política, económica o social, sino también comunicativa y humorística.

Los recortes, el paro y la corrupción fueron el caldo de cultivo para que estallaran episodios de conflictividad social, lo cual resumiría en parte el gobierno del PP entre 2011 y 2015, con una gran crisis económica y una crispación ciudadana que llevó a Madrid a batir record de manifestaciones (Treceño, 2013).

A esta situación se sumó un crecimiento exponencial de usuarios de nuevas formas de comunicación en internet como las redes sociales, que permitieron dar voz y elevar la protesta a sectores de la población que hasta ese momento lo tenían muy complicado para participar en el debate político.

Una gran parte de la ciudadanía pedía que hubiera una regeneración política y acusó, además, al principal partido de la oposición, el PSOE, y a diversos medios editorialmente de izquierdas, de connivencia con el gobierno y falta de atención y preocupación con los más castigados por la crisis.

La mezcla en España de agitación social y política más las posibilidades comunicativas de los nuevos medios generaron un gran incremento en la calidad y cantidad de sátira política tanto como forma de respuesta social ante la crisis como a una forma de contrapoder. Programas como *El Intermedio* doblaron sus audiencias durante la legislatura y *microblogueros* a través de redes sociales

como Twitter se convirtieron en referentes para millones de usuarios a la hora de analizar de manera crítica y mordaz la actualidad política diaria.

Entre los diferentes escenarios y oportunidades que ofrece el desarrollo de nuevos medios de comunicación resulta interesante el estudio del humor como réplica al mensaje político. El humor es un instrumento para el espectáculo y la en la sociedad, pero también puede ser un arma de persuasión política.

En este marco político y en un entorno socio-económico de expansión de nuevas tecnologías y aumento de productores de contenidos y usuarios, hemos considerado de interés el análisis de las tipologías del humor y sus mecanismos a fin de averiguar el funcionamiento de esta estrategia en el poder y la sociedad.

Entendemos que esta investigación puede contribuir a revelar el funcionamiento del humor mediante un análisis del comportamiento de la sátira en diferentes fechas clave, elegidas por su trascendencia mediática. La mayoría trata sobre polémicas generadas por el gobierno o su principal partido, ya que el humor funciona mejor como contestación a una situación de injusticia. Sin embargo, otra de las fechas elegidas es una noticia favorable, para comprobar cómo funciona cuando las cosas van bien o el poder acierta en sus decisiones.

La investigación está estructurada en seis capítulos organizados en torno al esquema siguiente. En el primero se plantean los requerimientos teóricos y metodológicos propios de toda investigación, como los objetivos o las hipótesis. En el segundo capítulo se aborda el marco teórico, el estado de la cuestión y una perspectiva histórica de nuestro objeto de estudio. En el tercero se contextualiza el marco temporal y se realiza el trabajo de campo. En el cuarto se muestran las conclusiones y una guía de actuación a partir de ellas. En el quinto y en el sexto capítulos se muestran las fuentes y bibliografía que sustentan esta investigación.

## **1. INTRODUCCIÓN: PRINCIPIOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS**

Uno de los intereses de nuestra investigación es profundizar en un área del conocimiento hasta el momento poco visitada como es el humor, que cada vez genera más debates y reflexiones sobre su naturaleza y características. Las nuevas tecnologías han permitido que un gran número de usuarios a través de las redes sociales y plataformas de internet consuman más sátira política e incluso que ellos mismos se decidan a participar de forma activa. Este nuevo entorno merece y requiere de la atención necesaria ya que se ha convertido en un foco importante del debate político y social.

El objetivo general que se plantea este estudio es analizar el funcionamiento del humor, las estrategias de la sátira y su relación con el poder a fin de averiguar cuál es su alcance político y social y examinar su capacidad como herramienta de persuasión, tanto a nivel mediático, como profesional o incluso personal.

Los objetivos específicos que proponemos son, en primer lugar, seleccionar los recursos humorísticos más adecuados para la comunicación y persuasión política y estudiar sus formas de uso. En segundo lugar, analizar las características de herramientas como la ironía, la caricatura o la reducción al ridículo en el proceso persuasivo del receptor. En tercer lugar, comprobar el alcance político y social que tienen dichos recursos. Y finalmente, conocer la formación y proceso creativo de los profesionales de la comedia y sus reflexiones sobre ella.

Con estos objetivos pretendemos obtener, además, un resultado tangible consistente en la elaboración de una guía de herramientas que permita

establecer patrones comunicativos que beneficien la capacidad expresiva de los emisores, ya sean personajes públicos o ciudadanos anónimos.

A tal fin, el objeto de estudio se ha focalizado en torno a los formatos de sátira política durante la primera legislatura de Mariano Rajoy (2011-2015). En este marco cronológico hemos seleccionado viñetas como las de *Forges* o la revista *El Jueves*, quienes desde la época de la transición llevan analizando de manera ácida y mordaz la actualidad política y social de España con sus ilustraciones. Asimismo, se han seleccionado algunos formatos televisivos conocidos como *infoshow*, en especial, *El Intermedio*, al haber comprobado la evolución del programa y su crecimiento tanto en audiencia como en relevancia social gracias a sus herramientas satíricas e, incluso, podríamos afirmar de contrapoder durante los primeros años de la legislatura citada.

Por último, hemos elegido perfiles de la red social Twitter cuyo uso en España aumentó considerablemente coincidiendo con el periodo de crisis. Esta red social sirvió como altavoz para que muchos ciudadanos compartieran sus ideas y opiniones sobre la actualidad política y social en una época de gran frustración y que hasta ese momento apenas habían tenido la oportunidad de expresarse. Esto permitió que muchos usuarios se convirtieran en líderes de opinión desde sus casas sin la necesidad de tener que recurrir a medios de comunicación tradicionales para difundir información.

En lo que se refiere a las hipótesis de las que partimos, en primer lugar, planteamos la posibilidad de que a partir de 2011 diferentes medios utilizaron el humor como herramienta de contrapoder y persuasión ante un gobierno con mayoría absoluta en el Parlamento. Igualmente se recurrió a este mecanismo



como respuesta directa ante decisiones y afirmaciones con las que no estaban de acuerdo.

Una segunda hipótesis conjetura sobre el hecho de que durante la legislatura objeto de estudio (2011 – 2015) muchos ciudadanos en España han sentido un mayor contrapoder por parte de medios satíricos que de los partidos de oposición tradicionales, provocando un desapego que propició la aparición de nuevas formaciones políticas.

Finalmente, en una tercera hipótesis suponemos que un político con conocimientos sobre el funcionamiento de las herramientas de humor tendría mayor éxito en la persuasión, una habilidad que podría traducirse en resultados electorales positivos frente a otro que no las conociera o empleara.

Más allá de estos caminos a seguir en la investigación, y, tras la lectura inicial de algunas contribuciones al estudio de la sátira, planteamos algunas preguntas que pretenden indagar sobre los motivos del escaso interés por su estudio sistemático, al dar por hecho que se trata de una herramienta o habilidad innata orientada sólo a la diversión y al espectáculo. Asimismo, nos preguntamos las razones por las cuales es más frecuente hacer humor contra los poderosos y los partidos conservadores cuando desde hace décadas y en diferentes periodos no han sido los únicos en ostentar el poder ejecutivo, sino que también formaciones de centro izquierda han ocupado el poder en la mayoría de los países más avanzados del mundo.

Para comprobar las hipótesis y alcanzar los objetivos del trabajo hemos recurrido a técnicas de la metodología cualitativa empleadas habitualmente por los investigadores en comunicación. Entendemos que este método apuesta por la profundidad, busca las razones de los comportamientos y de los efectos de

los medios, indaga en los sentimientos, las reacciones y el sujeto. Las técnicas cualitativas buscan aspectos relacionados con los comportamientos humanos como opiniones, reflexiones o razones que les hacen tomar diferentes decisiones (Eiroa y Barranquero, 2017). Este método no está interesado en el número, sino que considera que cada ser humano es diferente y no se puede encasillar en una cifra. Monje Álvarez afirma que en la investigación cualitativa se plantea que informadores cualificados puedan informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social: *“Por medio de un conjunto de técnicas como las entrevistas, las historias de vida, el estudio de un caso o el análisis documental, el investigador puede fundir sus observaciones con las observaciones aportadas por otros”* (Monje Álvarez, 2011, 32). El autor señala que el método cualitativo “confía” en las expresiones de los propios sujetos estudiados, lo que le permite observar y registrar de forma adecuada sus experiencias y unirlos o compararlos a las de otros sujetos para generar una perspectiva global que dé la posibilidad de inferir unas conclusiones relevantes.

No hemos querido realizar un estudio cuantitativo de tuits, viñetas o piezas televisivas con motivo de su altísimo volumen y la dificultad que entraña medir cientos de miles de estas piezas. Además, nuestro interés reside en la manera en que el humor confronta al poder y qué técnicas emplea.

En primer lugar, hemos realizado un análisis cualitativo de contenido de la estructura humorística en una muestra de fechas clave de la legislatura 2011 - 2015. Esta técnica consiste en una aproximación empírica de análisis metodológicamente controlado de textos al interior de sus contextos de comunicación, siguiendo reglas analíticas de contenido y modelos paso a paso, sin cuantificación de por medio (Mayring, 2000). Dicho análisis ha consistido en

el estudio de los contenidos de diferentes medios como *El Intermedio*, algunos dibujantes como *Forges* o *El Roto* o usuarios con mayor número de seguidores e influencia en Twitter como *Norcoreano* o *Gerardo Tece*. Para ello nos hemos centrado mayoritariamente en los textos que contengan ironía o reducción al ridículo y que sean cómicamente efectivos. Por otro lado, hemos observado las réplicas dadas por los partidos de la oposición ante las mismas situaciones y hemos hecho una comparativa entre ambas. También hemos incluido una relación con las audiencias y aceptación de las respuestas por parte de los ciudadanos ante los medios satíricos y la evolución en las encuestas y valoración de los partidos de la oposición.

En segundo lugar, se ha utilizado la técnica metodológica de la entrevista semiestructurada. Según Denzin y Lincoln (2005, p. 643, tomado de Vargas, 2012), *“estas entrevistas difieren de las estructuradas en que las preguntas son más abiertas y el informante puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas e incluso desviarse del guion inicial cuando se abren temas emergentes que es preciso explorar”*. Hemos elegido esta modalidad para realizar una compilación reducida de información y opinión de varios profesionales y expertos del sector que permita comparar sus apreciaciones. Se ha considerado que el punto de vista de los profesionales puede ser de gran ayuda para entender ciertos aspectos de la comedia. Por ello, hemos elaborado un cuestionario a diferentes creadores satíricos que han ejercido en formatos de humor. Entre ellos hay guionistas de programas de televisión, dibujantes de viñetas y usuarios de la red social Twitter. La intención es averiguar el modo en que confrontan el poder a través del humor de una manera constructiva. Como los que se dedican a ello son poco dados a la reflexión y teorización sobre su

oficio, el cuestionario incluye preguntas estructuradas y también algunas abiertas a las posibles claves que aparezcan durante el desarrollo de la misma. En la ejecución de la entrevista ha sido muy importante la premisa de utilizar el propio humor para crear un ambiente relajado y de confianza, ya que el cómico, como se ha dicho, suele ser poco proclive al estudio o tratamiento teórico de su materia.

Hemos dividido las preguntas en cuatro grupos en función de los distintos aspectos que nos interesan de su labor. En el primero, nos hemos centrado en su formación humorística, ya que una parte de nuestra investigación está interesada en la forma en la que el cómico adquiere sus capacidades satíricas. Nos sirve para tratar de responder a las preguntas clave de nuestro estudio sobre si el humor es una herramienta que puede ser aprendida de manera académica. En el primer bloque del cuestionario las preguntas han sido las siguientes:

- *¿Tienes formación relacionada con el humor o la escritura? (talleres, Grados, Masters)*
- *¿Alguna vez has querido “formarte” o estudiar el proceso de creación de los humoristas para que tus chistes fueran más graciosos, ingeniosos y/o persuasivos?*
- *¿Cómo empezaste a hacer sátira?*
- *¿Crees que el humor es innato o podría ser un oficio más que se adquiriera casi desde cero al igual que otros como el derecho, la economía o la salud?*
- *¿Reflexionas sobre el humor alguna vez? Sobre sus límites, su papel en la sociedad, a nivel moral y ético, su capacidad para influir o persuadir sobre temas...*

En el segundo bloque hemos preguntado por el humor como estrategia de persuasión para tratar de conocer cómo son sus procesos creativos. En este apartado también se busca conocer, de manera oculta, la capacidad de dichos profesionales para aprehender su oficio, ya que uno de los principales problemas

que encontramos en esta materia es el supuesto talento innato imprescindible para crear humor. Sobre este tema hemos realizado diferentes cuestiones:

- *Cuando escribes un chiste satírico ¿a qué nivel piensas en la risa del receptor y a cuál en su efecto persuasivo?*
- *¿Cuál crees que es la capacidad de la sátira a la hora de persuadir ideológicamente a través del humor?*
- *¿Cuál crees que es el poder del humor como herramienta de persuasión ideológica frente a la seriedad? Pros y contras*
- *¿Qué te aporta ser anónimo (o no serlo) y qué te quita a la hora de expresarte satíricamente?*
- *¿Crees que en un juicio (espacio de gran seriedad) el uso de herramientas humorísticas adecuadas podría favorecer la persuasión a las diferentes partes?*

En el tercer bloque nos hemos interesado por su opinión sobre el papel del humor en la democracia y la política ya que la sátira, al tener una capacidad de persuasión sobre el receptor, puede llegar a administrar un gran poder en la sociedad de cara a unas elecciones o a servir como contrapoder a determinadas acciones del gobierno. Para ello se ha formulado el siguiente cuestionario:

- *¿Cuál crees que debe ser el papel de los medios satíricos de masas en una democracia y durante unas elecciones?*
- *¿Crees que ha cambiado la forma de comunicar de los políticos en España en los últimos años a causa de la sátira política?*
- *Si responde SÍ: ¿Crees que España es una democracia “mejor” (más abierta, controlada y participativa) gracias a la sátira política?*
- *¿Crees que la sátira política es un contrapoder en sí?*
- *¿Te han ofrecido alguna vez entrar en política, aunque sea de forma anónima? ¿Aceptarías o prefieres seguir ejerciendo como contrapoder?*
- *¿Crees que medios televisivos como El Intermedio, las viñetas satíricas o Twitter han confrontado más eficazmente las decisiones y afirmaciones políticas del gobierno de Rajoy en su primera legislatura (2011-2015) que el PSOE?*
- *¿Hasta qué punto estás de acuerdo con la frase Un político con conocimientos sobre el funcionamiento de las herramientas de humor tendría mayor persuasión política que podría traducirse en resultados electorales frente a otro que no las conociera o empleara?”*
- *¿Hasta qué punto estás de acuerdo con la frase “¿La sátira política en España desde el tardofranquismo ha servido para apaciguar y mantener la calma social durante periodos de restricción*

*de libertades de expresión y de gran conflictividad social y política, pero a partir de 2011 diferentes medios han utilizado el humor como herramienta de contrapoder y persuasión política ante un gobierno con mayoría absoluta en el Parlamento?”*

Además, hemos creado un cuarto bloque de preguntas para aquellos que realizaban sátira no política. En este caso se trata de humor sobre deportes, en donde también se puede ejercer un contrapeso frente a afirmaciones o decisiones de un ente superior. Esta comparación entre la sátira política y, en este caso, la deportiva, ayuda a conocer mejor su funcionamiento, ya que podría servirnos para realizar una futura guía sobre el uso del humor aplicable a diferentes sectores o profesiones como el derecho, la publicidad o la docencia. Las preguntas han sido las siguientes:

- *¿Qué paralelismos y diferencias encuentras entre la sátira política y la deportiva?*
- *Se suele decir que la sátira funciona mejor como contrapoder que como poder y que suele ser de izquierdas. ¿Cómo crees que se traslada esta afirmación a la sátira deportiva?*
- *¿Cuál crees que debe ser el papel de los medios satíricos en el mundo del deporte?*
- *¿Crees que ha cambiado la forma de comunicar en el mundo del deporte en España en los últimos años a causa de la sátira?*
- *¿Crees que en España la comunicación deportiva es “mejor” (más abierta, equilibrada y participativa) gracias a la sátira?*

Los perfiles de los entrevistados son los que a continuación se señalan:

1. Guionistas:

- a. Raúl Navarro: monologuista y guionista en *El Intermedio (La Sexta)* y *Late Motiv (cero)*. Cuenta personal en Twitter con 6.600 seguidores (a mayo de 2019), *@numero6*.
- b. Javier Durán: guionista y coordinador de guion en *Late Motiv*. Cuenta personal en Twitter con 16.000 seguidores (a mayo de 2019), *@tortondo*.

- c. Enrique Herrero: guionista de *La Tuerka* (Público TV) y *90 Minuti* (Real Madrid TV). Cuenta personal en Twitter con 1.300 seguidores (a mayo de 2019), @Enrique\_Herrero.
- d. Tatiana Chisleanchi: guionista de *90 Minuti* (Real Madrid TV). Cuenta personal en Twitter con escaso uso satírico.

## 2. Dibujantes:

- a. Daniel Gove: dibujante en la revista satírica *El Jueves* desde 2014 y en los periódicos *El Mundo* y *20 Minutos*. Cuenta personal en Twitter con 18.000 seguidores (a mayo de 2019), @Dani\_Gove.

## 3. Tuiteros:

- a. Gerardo Torre: tuitero con su cuenta personal desde 2009 con 490.000 seguidores (a mayo de 2019), @gerardotc. Además, escribe en la revista digital política CXTX.
- b. *Norcoreano*: tuitero anónimo en cuya cuenta parodia @norcoreano de Twitter se hace pasar por el presidente de Corea del Norte Kim Jong-un. Empezó en 2011 y tiene 970.000 seguidores (a mayo de 2019).

Esta tesis doctoral corresponde a uno de los resultados del proyecto de investigación *Historia, Memoria y Sociedad Digital. Nuevas formas de transmisión del pasado* (programa Retos del Conocimiento, Ministerio de Ciencia, Investigación y Universidades y Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) con referencia RTI2018-093599-B-I00 MCIU/AE/FEDER, UE).

## 2. SÁTIRA Y HUMOR EN ESPAÑA

### 2.1 El marco teórico de la sátira y el humor

El humor es un campo difícil de estudiar debido a las escasas investigaciones llevadas a cabo y al reducido interés que parece despertar entre los propios profesionales, quienes en su mayoría prefieren “hacer el humor” en vez de analizarlo. Se entiende que para trabajar en este campo lo importante es “ser gracioso”, cualidad que muchos consideran congénita. A diferencia de otras profesiones, no hay apenas formación teórica o estudios académicos que permitan a alguien ser “más divertido” o “incrementar su capital humano de chistes”, por lo que, aparte de las muchas ganas que le ponga el sujeto, poca bibliografía hay para que alguien que no sea gracioso pueda dedicarse al mundo del humor. Sin embargo, existen diversos estudios sobre la naturaleza y necesidad de las bromas o los chistes, ya que implica un sistema de comunicación interpersonal y un recurso psicológico que no se da en otras especies animales. Resulta necesario entender y analizar su capacidad comunicativa para ver la influencia que puede conllevar dentro del mensaje político.

Como argumenta Neil Postman en *Divertirse hasta morir* (1985), la llegada de la *Era del Espectáculo* ha hecho que la política se base en la imagen más que en el discurso. En contraposición a lo que afirmaba George Orwell en 1984 en donde postulaba una sociedad distópica en la que la censura vendría del poder político que eliminaría la libertad de la gente y quemaría libros, Postman se decanta por la posición de Huxley en *Un mundo feliz*, en donde no hace falta reprimir ni quemar libros para controlar a la gente. Es el exceso de ruido



mediático, la banalización del discurso político y la necesidad de convertirlo todo en espectáculo lo que hace que la sociedad se vuelva acrítica y narcotizada. “Qué contentos estarían los reyes, zares y fuhrers del pasado si supieran que la censura no es necesaria cuando el discurso político toma la forma de una broma” (Postman, 1985, 147).

Sin embargo, renunciaremos al concepto de humor como espectáculo. La broma o *chascarrillo* no entra dentro de esta investigación si no tiene un fin marcadamente persuasivo. No se trata de banalizar el discurso mediante chistes sencillos, entendiéndose como ruido blanco que solo sirve como una burla blanda aliviando nuestro descontento, pero no atacando a sus causas.

Mulkay (1988) realiza una diferenciación entre el humor “puro”, cuyo objetivo es solo el de divertir, y el humor “comprometido”, que a pesar de utilizar herramientas cómicas incluye un mensaje serio y busca criticar una determinada idea o afirmación. En su misma línea, Massi (2008) explica este humorismo serio como aquél que no busca la risa, aunque la pueda conseguir, sino la reflexión y el estudio ante una determinada posición. Los límites entre ambos tipos no son siempre evidentes ni definidos.

Por su parte, Berger (1999) hace una distinción entre cuatro tipos de humor. El *benigno* busca únicamente la diversión sin atacar a nada ni nadie, solo con la intención de generar placer y distensión. Es el conocido como “humor blanco” y apenas nos ocuparemos de él en nuestro trabajo. El *tragicómico* sirve de consuelo y está asociado en parte al “humor negro”. Suele desarrollarse en los límites de la comedia y ayuda como herramienta para sobrellevar situaciones sensibles, por lo que entrará dentro de nuestros análisis como respuesta a la frustración por la crisis. El *humor ingenioso* propone un desafío intelectual de por

sí, por lo que no necesariamente requiere de conexión con los sentimientos o la empatía del receptor. Más que servir para criticar o responder a una determinada proposición, ayuda a estimular la conciencia y criterio del público, por lo que su acceso suele ser más complejo. Por último, el *humor satírico* tiene una clara intencionalidad persuasiva a la hora de posicionarse sobre una determinada situación, por lo que es el que trataremos en este trabajo. Cabe mencionar que estos cuatro tipos no son excluyentes entre sí y que en determinados chistes encontraremos más de un tipo a la vez. La mezcla de varios a la vez o el ir usando primero uno y luego otro permite dentro de un mismo formato cómico cierto alivio y distensión. En las revistas o *infoshows* de humor suelen ir salteando chistes satíricos y tragicómicos con otros más ingeniosos o incluso benignos para dar un cierto respiro al espectador, ya que la tensión que generan estos dos primeros tipos suele ser mayor (aparte de requerir de chistes más complicados y difíciles de crear y entender).

Muchas veces los formatos recurren al humor absurdo, incluso haciendo sátira política. *El Intermedio* combina en sus guiones chistes de una profunda carga intelectual con otros más amenos en los que se recurre a juegos de palabras sencillos o a la ambigüedad sexual del presentador. Quizá una hora diaria de humor inteligente y punzante sería demasiado agresivo para un formato de *prime time* en España. Estos chistes vienen a dulcificar, en cierta manera, el discurso para no convertirlo en un programa de trinchera.

Los juegos de palabras sencillos o las parábolas surrealistas pueden funcionar muy bien, ser realmente ingeniosos y gozar de una aclamación popular, pero si no contienen carga que enfrente y descalifique frontalmente al poder no se consideran como herramienta persuasiva.

Nuestro interés se dirige hacia el humor complejo, el que encuentra verdades o descubre y destruye falsedades. Muchos autores satíricos recurren al ejercicio del r crítico mediante un chiste ingenioso al respecto. Se sobreentiende que todos conocen la raíz del asunto y el chiste se dedica a entretener. También consigue mantener la llama encendida sobre el tema, que la atención no se diluya. Sin embargo, estos *gags*, aunque también sean poderosas armas de contrapoder político, tampoco conciernen una investigación sobre herramientas de persuasión, ya que su objetivo es el de mantener el debate público, pero sin llegar a las raíces del tema.

Demasiadas veces, por no decir casi siempre, el humor se queda en la superficie. Su naturaleza es profundamente irracional, detectamos que existe, lo entendemos rápidamente y nos reímos instintivamente, pero rara vez hacemos el ejercicio de llegar al origen, al axioma primigenio equivocado desde el que crece el árbol erróneo que conduce a la contradicción que genera el chiste. El *gag* es solo la rama de un enorme árbol, pero para conocer en profundidad su naturaleza hay que recorrer un proceso lógico que afirme o desmienta cada uno de los pasos discursivos que llegan hasta la raíz.

El humor no es únicamente entretenimiento, entendido como la acción de “distraerse o divertirse”, como forma de “pasar el tiempo”. Es un instrumento activo, un ejercicio intelectual que se utiliza como forma de persuasión política. De ahí que nuestro interés radique en analizar el considerado “serio”.

### **2.1.1 Características comunicativas del humor**

Hablar de humor suele ser complicado porque como afirman los profesionales de la comedia “el humor no se habla, se hace”. Hacer un estudio sobre su

naturaleza resulta contradictorio porque es necesario un rigor que se contrapone a la diversión que se presupone. Como suele decirse, “no hay nada peor que explicar un chiste, si un chiste hace falta explicarlo es que no es bueno o no se ha contado bien”. Un estudio a fondo exige “explicar” los chistes, encontrar el proceso lógico que lleva hasta la carcajada, la sonrisa o la mera apreciación mental. Lejos de ser divertido, hacer una investigación sobre el humor puede llevar a convertirlo en aburrido, ridículo y falto de valor, la misma sensación que se produce al explicar un chiste. Como decía el escritor E. B. White, *“analizar el humor es como diseccionar una rana. Pocos están interesados y la rana muere en el intento”* (Previtera, 2013, pp. 57).

El humor aglutina una infinidad de procesos lógicos cuyo contexto hemos de conocer de antemano para comprender el chiste. Sin embargo, estamos lejos de comprender todo ese camino que se recorre hasta la carcajada, y nuestra risa suele dejarse llevar por caminos irracionales. Muchos chistes consiguen su objetivo por razones tan “absurdas” como acabar con una palabra graciosa, contener letras más divertidas que otras o rimas imprevisibles. ¿Qué hay de lógico en la sonoridad para que un *gag* nos resulte más jocoso que otro? ¿Por qué en las series de humor hay más personajes que se llaman Chema que Alberto? ¿Por qué la letra “T” suena más divertida que la “B” y hay más palabras divertidas que las contienen? ¿Por qué son graciosas las rimas? Estas preguntas van ligadas a la propia sonoridad de las palabras y su explicación racional sería como tratar de entender científicamente por qué nos gusta la música o por qué consideramos que una canción es mejor que otra.

Pero aparte de esto, es imprescindible entender a qué nos referimos cuando hablamos de humor. Todo el mundo parece tener claro qué es, pero no son

muchos los que han accedido a definirlo. Para Martín (2008, pp. 35) *“es una respuesta emocional de hilaridad dentro de un contexto social, provocada por la percepción de incongruencia lúdica, que se expresa por medio de la sonrisa o risa”*. Esta definición recoge bastante bien el proceso comunicativo en donde se muestran como imprescindibles para la consecución cómica el compartir un contexto común entre emisor y receptor y la “sorpresa” final que ejecuta el gag. Si hablamos de “sentido del humor”, nos referimos a la capacidad subjetiva de apreciar ese contexto y la sorpresa del gag. Como explica Jáuregui (2009, pp. 12), *“el sentido del humor está diseñado para revelar y crear una serie de estímulos del entorno”*. Así vemos que es un camino de dos sentidos en el que una mayor apreciación suele implicar una mayor capacidad de comunicación. Para Berger (1999): *“el humor es un punto de vista que pone de manifiesto las contradicciones y el carácter inevitablemente artificioso de las relaciones e instituciones sociales”*. Los seres humanos ni somos perfectos ni perfectamente racionales ni humildes. No somos coherentes en lo que decimos ni en lo que hacemos. Por decirlo de alguna manera, pensamos, decimos y hacemos cosas por encima de nuestras posibilidades, y es en esa ambición y en esa falta de conocimiento de nuestras limitaciones donde surge el humor.

Freud escribió en 1905 *El chiste y su relación con lo inconsciente* en donde estudiaba las necesidades psicológicas en las que se producía el humor y analizaba la composición del chiste. Para Freud, tiene una función similar a la de los sueños al servir como descarga de energía psicológica. Al igual que ningún sueño es vacío, las bromas tampoco y todas, por sencillas que parezcan, contienen una importante carga inconsciente. De esta manera podría explicarse por qué funciona tan bien el humor como arma contra la frustración política y

social, al servir de terapia ante situaciones que nos causan malestar e irritación de una manera socialmente aceptable.

La *Teoría de la Descarga* se fundamenta en las hipótesis de Freud y apunta a que el humor sirve para liberar la tensión que se genera en cualquier persona debido a las restricciones sociales. Esto explica por qué diversos temas que se consideran ajenos a la conversación convencional pero que están presentes en la vida de cualquier persona generan dicha comicidad. El ejemplo más claro es el sexo, tema tabú en gran parte de las circunstancias habituales, lo cual crea una tensión y frustración interna que se descarga mediante el humor. Por ello es uno de los temas más recurrentes y utilizados dentro de la comedia. El chiste permite hablar sobre ciertos temas y de determinada manera que sin él sería mucho más difícil y podría obtener el rechazo o la censura del receptor. Miguel Billig (2005) apunta que el humor es una herramienta útil de comunicar en política ya que la sátira descarga el descontento y frustración de la ciudadanía y sirve como arma para criticar a los dirigentes. En el marco de la *Teoría de la Descarga* encontramos también el enfoque de Martin, Kuiper, Olinger y Dance (1993), quienes señalan en su estudio los efectos sobre el individuo a la hora de ayudarlo a reducir el estrés y liberar la tensión acumulada.

Otra línea de estudio es la *Teoría de Superioridad*, de la que ya hablaban Platón o Aristóteles hace más de dos mil años y ha sido recogida por numerosos autores desde entonces (Lynch, 2002). Para Ludovici (1933) la motivación para usar el humor como un mecanismo de superioridad es una forma de señalar una “superior adaptación” a las normas sociales que de la persona ridiculizada. Rapp (1951), sin embargo, afirma que el humor recurre a instintos primitivos de superioridad y derrota del adversario. La *Teoría de la Superioridad* va ligada a la

“batalla” intelectual que podrían llevar a cabo dos políticos rivales a través del humor, en donde el mejor conseguiría ridiculizar las propuestas del otro consiguiendo el favor de los electores. John Lippett (1995) considera que Thomas Hobbes señala en su obra *Leviathan* que la risa no es más que un sentimiento de “triumfo repentino” al mostrar de manera evidente que un acto o afirmación de otra persona es inferior al nuestro. A día de hoy esta teoría ha quedado aislada a un segundo plano, aunque autores como Charles Gruner (1997) opine que cada situación humorística implique vencedores y vencidos, añadiendo que resalta el elemento de la sorpresa que nos lleva a la *Teoría de la Incongruencia*.

Si en la *Teoría de la Superioridad* el elemento importante reside en las relaciones sociales que se crean en el humor, la *Teoría de la Incongruencia* sirve como respuesta a un acontecimiento irracional o inconsistente que no podemos explicar. El hombre busca el conocimiento y la sabiduría, pero está lejos de encontrarlas en su totalidad, por lo que ese camino suele estar lleno de contradicciones y absurdos que provocan la risa. El humor desdramatiza y humaniza el aspecto puramente racional del hombre, al comprender que no estamos en posición de conocerlo todo ni de que todos podamos entender demasiado. De esa disparidad entre lo que se pretende saber y lo que realmente se sabe, nace la hilaridad del absurdo. Plessner (1970) considera que reír es una respuesta a una situación tan incongruente que solo podemos interpretarla a través del humor. Para Bergson (1899) una situación es cómica cuando pertenece simultáneamente a dos eventos diferentes y es capaz de ser interpretada de dos maneras diferentes al mismo tiempo. Sin embargo, Morreall (1987) afirma que “incongruencia no es lo mismo que humor”, ya que dicha

diferencia entre lo que espera y lo que se consigue también puede provocar decepción, ira o frustración. La disposición inicial del receptor es imprescindible para que disfrute o no de ello. Como señala Willibald Ruch (2002), el humor es una postura que se toma ante la realidad y consiste en la capacidad de tomarse en serio o no las cosas serias. Raskin (1985) desarrolló en su *Teoría Semántica del Humor Verbal* el mecanismo cognitivo de los textos humorísticos, según el cual el receptor interpreta el mensaje de una manera que al final es subvertido inesperadamente por otro que resulta ser válido. A través de la *Teoría de la incongruencia* podemos entender cómo funciona buena parte de la sátira que ridiculiza situaciones absurdas del mundo de la política, un ámbito que se presupone serio, formal y racional.

### **2.1.2 Beneficios del humor**

Como apunta Hernández (2002, 18-20) “*el humor permite tomar distancia sobre una situación, compararla y contrastarla facilitando una visión más clara y contextualizada de la realidad*”. Esto ayuda a relativizar y desdramatizar problemas evitando caer en círculos viciosos de frustración. Además, potencia la capacidad de expresarse, crear y sorprender, mejorando la comunicación con el resto de personas. A nivel psicológico, las personas que perciben emociones positivas presentan mejores resultados en lo concerniente a las habilidades cognitivas, se muestran más flexibles, mejoran en la organización y en comportamientos sociales (Isen, 2003).

A través del humor podemos enfrentarnos a situaciones estresantes o incluso amenazadoras para nosotros a nivel psicológico desactivándolas por medio de



la risa. Según Rojas (2010, pp. 134-148) *“el sentido del humor es una estrategia eficaz contra el miedo, la ansiedad y la desesperación”*.

A nivel comunicativo, ayuda a transmitir con mayor eficacia al señalar los matices más importantes del mensaje y generar un contexto y estado de ánimo positivos en el receptor. Se pueden expresar más suavemente cosas que sin él resultarían dramáticas o poco interesantes. Es por ello que, si no se cae en el estrépito y la farsa, puede servir como una gran herramienta de persuasión.

Idígoras (2002) señala que, en el proceso de comunicación, el humor sirve al emisor como apoyo y confianza, y transmitir mensajes con una actitud espontánea y desenfadada aporta naturalidad y credibilidad a la exposición. Además, el uso de nuevos recursos expresivos e imaginativos denota inteligencia y creatividad en quien los utiliza, lo que también genera empatía en el receptor.

Por otro lado, las herramientas humorísticas aumentan la atención del receptor y mejoran sus procesos mnemotécnicos, consiguiendo que el mensaje cale mejor en él. Permite conectar con el lado emocional de quien recibe el mensaje, apelando no solo a razonamientos lógicos, sino a conceptos irracionales del individuo o del imaginario colectivo.

Todas estas características y beneficios del humor en el proceso comunicativo deberían ser conocidos también por el poder y los políticos como herramienta de persuasión ante sus propios usuarios. Podría servir como un arma de gran utilidad para empatizar con los electores, hacer llegar los mensajes de una manera más clara y fácil de entender y contrarrestar o desmentir afirmaciones y medidas de rivales reduciéndolas al ridículo o ironizando sobre ellas. Sin llegar a convertir un mitin en un espectáculo, es capaz de ayudar a mostrar la

creatividad e inteligencia de un político, lo que podría generar confianza en el elector sobre las decisiones que tomaría si decide votarle frente a otro político que no sea capaz de demostrar talento o ingenio comunicativo alguno. Según Soledad Correa (2009), al basarse el humor en una serie de referencias y valores comunes entre emisor y receptor, se genera un espacio compartido entre ambos que minimiza la distancia entre diferentes posiciones, creando un ambiente adecuado para realizar el debate político.

Sin embargo, también puede ser una herramienta negativa. El mecanismo que ayuda a tomar distancia para reírnos, lo que Morreall llama en su libro *Comic Relief* (2009) “desconexión emocional”, no solo es útil para tomar perspectiva, sino que también puede contribuir a que el humor sea cruel. Según el autor, la desconexión emocional en algunos casos puede llevar a la irresponsabilidad, a bloquear la compasión y a promover prejuicios. No se trata de un tema de perpetuar estereotipos negativos, sino que ciertos chistes no entienden la difusión que dichos prejuicios pueda causar. Los chistes de médicos o abogados no suelen dañar su reputación, pero los estereotipos racistas y sexistas pueden costar a estas personas dinero, respeto, estatus y poder.

### **2.1.3 Qué es la sátira y la sátira como contrapoder**

El Diccionario de Retórica, Crítica y Terminología literaria de Joaquín Forradellas (2013, pp. 360) define la sátira como “*un género literario en verso, en prosa o en prosa y verso de carácter polémico, crítico-moralizador o irónico que tiene como objeto la representación de la realidad cotidiana*”. En los estudios de humor a nivel internacional, la sátira política es considerada un género cómico muy controvertido y difícilmente clasificable porque es un híbrido a mitad de

camino entre el puro entretenimiento y cierto afán de intencionalidad política provocadora (Moreno, 2014). Tal vez por ello ha sido objeto de interpretaciones en algunos casos contrapuestas. José Luis Valhondo Crego en su libro *Sátira televisiva y democracia en España* pretende ver en este subgénero informativo “una especie de faro práctico que ilumina a la opinión pública en medio de la sobreabundancia de datos mediante una crítica auténtica, elaborada y de impacto” (Valhondo Crego, 2011, p. 89). Estas percepciones muestran hasta qué punto la valoración de la sátira está polarizada: donde unos simplemente ven humor sobre cuestiones de actualidad otros ven información de forma humorística (Romero y Villanueva, 2014).

La sátira combina una parte de entretenimiento con otra de análisis y valoración. Como género, suele ser complementaria a la información, ya que para que pueda aparecer, deben conocerse primero el contexto y los datos sobre el tema tratado. Por otro lado, aporta una valoración y análisis de dicha información que no se da ni en las telenoticias ni en los periódicos. Ayuda al receptor a asimilar y entender de manera más sencilla y agradable los matices y rasgos importantes de la información y da “color y calor” a los fríos datos.

En su artículo “Ironía, sátira, parodia”, Linda Hutcheon (1981) habla de la sátira como de una “*forma literaria que se propone corregir ciertos comportamientos individuales o sociales a través de la caricatura*”. Su referente es por ende “extratextual”. Como afirma Reyes (1984, p. 167), el discurso ajeno puede aparecer detrás de “*un estilo pomposo, una jerga, un cliché, una exageración o un tono de inocencia falsa que evocará a un locutor distinto del locutor real, la otra voz, el otro discurso, el del locutor ingenuo que en su ingenuidad es proclive a repetir lo que dicen por ahí, el discurso oficial, los*

*tópicos*". Según Paul Simpson (2003), la sátira tiene el objetivo de ridiculizar al objetivo mediante la crítica, el humor y la ironía.

La sátira política, además, contiene siempre cierta intencionalidad, no busca ni la asepsia ideológica ni agradar a todos. Es mordaz, crítica y confronta ideas, políticas o afirmaciones mediante herramientas de humor. Tradicionalmente no ha tendido a ser muy constructiva, sino que su naturaleza ha sido la de mostrar los errores y criticarlos más que ofrecer soluciones o alternativas.

La sátira ha servido como herramienta de lucha para determinadas minorías oprimidas y movimientos de protesta. Hart y Bos (2007) han realizado estudios sobre distintos grupos sociales como el movimiento Zapatista en México o la Alemania nazi y afirman que el humor político ha servido como elemento de cohesión a la hora de construir una identidad propia y atacar las posiciones contrarias. Cohen (2007) hace un análisis del humor gráfico en las primeras décadas del siglo XX en Estados Unidos y señala que su discurso sirve de referente a la población obrera al verse identificada y organizarse frente a la opresión capitalista. El autor sostiene que las viñetas cómicas ayudaron a la creación de la conciencia de clase e incitaron a la acción revolucionaria. Larsen (1980) comparte esta posición sobre su poder como arma antiautoritaria y combativa en varios periodos de la historia europea, aunque añade que se trata de una herramienta a largo plazo que no puede acabar con un régimen dictatorial de manera directa, pero sí menoscabar sus instituciones y dirigentes poco a poco. Su objeto de estudio se enmarca dentro de la Alemania nazi y el régimen soviético apuntando a que una de las razones por las que la sátira es efectiva como lucha contra la opresión es que los opresores no pueden utilizarla para su lucha sin resultar ridículos.

Sin embargo, hay autores como Owen Lynch (2002) que confían poco en su capacidad para introducir cambios relevantes en la sociedad e incluso afirman que solo se trata de una válvula de escape para aliviar cierta tensión, pero manteniendo el orden establecido. Más escéptico aún es Benton (1988), quien afirma que el humor no solo no es una herramienta de resistencia frente al poder, sino que puede llegar a dificultar la búsqueda de métodos más eficaces al convertir la protesta en una broma. Como mucho, señala, puede conseguir menoscabar el estatus de determinado dirigente o formación, pero no servir como elemento revolucionario que cambie el sistema. Según el autor, el poder permite cierto nivel de crítica y humor para liberar tensiones y frustraciones en los ciudadanos que los llevarán a tomar decisiones más radicales. En esta misma línea se mueve Moreno (2008) señalando que podría servir para blanquear y humanizar la imagen de ciertos políticos conservadores de posiciones estrictas. Moreno lo ejemplifica con el caso de la serie de la *BBC* británica *Yes, Prime Minister*, que ayudó a generar una faceta amable y simpática de Margaret Thatcher, a quien apodaban la “Dama de Hierro” por la dureza de sus planteamientos y decisiones al frente del gobierno británico. Como veremos más adelante, cómicos españoles profesionales como Ignatius Farray o Javier Cansado han apuntado en la misma dirección sobre los efectos no deseados del humor a la hora de blanquear y promocionar a políticos como Donald Trump o partidos de ultraderecha.

Bergson (1899) alude al carácter conservador del humor al señalar que sirve como herramienta para corregir los comportamientos heterodoxos de los individuos en sociedad y eliminar cualquier visión alternativa bajo la amenaza de quedar en ridículo por parte de los valores sociales dominantes. La comedia

evitaría las excentricidades de la población y la obligaría a actuar acorde a las normas sociales, inutilizando cualquier innovación social que desafíe al propio sistema. A partir de esto, Billig (2005) establece dos tipos de humor en función de su objetivo: el “disciplinario”, que ridiculiza a quienes difieren del status quo, y el “rebelde”, que lo desafía.

Una vez analizadas las características del humor y sus beneficios comunicativos, nos detendremos ahora en dos tipos de herramientas cómicas que consideramos las más adecuadas para realizar una sátira política eficaz y que a la vez pueda ser constructiva: la ironía y la reducción al ridículo. La primera es comúnmente conocida y ejecutada por la mayoría, la usamos casi sin darnos cuenta y la podemos apreciar en la mayoría de situaciones. La segunda, sin embargo, requiere de mayor profundización ya que su desarrollo implica un proceso racional más complejo, aunque el resultado final deba ser igualmente cómico. También vamos a exponer el uso de otras herramientas como la analogía, la exageración o la comparación.

#### **2.1.4 Ironía**

La Real Academia Española define la ironía como “expresión que da a entender algo contrario o diferente de lo que se dice, generalmente como burla disimulada”<sup>1</sup>. Dentro del proceso comunicativo, lo que el emisor dice es desmentido por el contexto. Como ejemplo podríamos ver la situación en la que estuviera lloviendo a cántaros y alguien dijera “qué buen tiempo hace”. Al señalar lo contrario de lo que sucede expresamos nuestro descontento con ello. También puede darse otro tipo de ironía, la situacional, en el que el resultado de cierta

---

<sup>1</sup> Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23. Edición., (versión 23.3 en línea). <https://dle.rae.es/contenido/cita> Consultado el 20/03/2020.

circunstancia es contrario al que se esperaba, como si ardiese una estación de bomberos o que las fuertes lluvias rompieran una tubería y la ciudad se quedara sin agua.

Desde la perspectiva pragmática, Grice (1975, 1978) señala que el significado irónico es una información conversacional particularizada que surge por la violación explícita y ostensiva de la máxima cualidad (“No digas algo que creas falso”). Sin embargo, existe un debate clásico entre Cicerón y Quintiliano sobre si la ironía es exactamente lo contrario de lo que se dice o si consiste simplemente en dar a entender algo distinto de lo explicado verbalmente (Rodríguez y Provencio, 2012). Si pasa ante nosotros un chico con el pelo teñido de naranja y alguien dice “parece que se ha teñido el pelo”, estrictamente no está diciendo nada falso, y, sin embargo, su enunciado sí parece resultar irónico (Reyes, 2002).

No hay que confundir, por otro lado, la ironía con el sarcasmo. El sarcasmo es un tipo de ironía, pero el objetivo es ofender o maltratar a alguien verbalmente. Puede ser igual de brillante e ingenioso que la ironía, pero no tiene un fin constructivo. Es más, tampoco tiene un fin destructivo en lo que a la lógica del argumento se refiere. El sarcasmo no pretende confrontar o desmontar racionalmente un argumento o situación, sino “destruir” a la persona que lo ha dicho.

El uso de la ironía, sin embargo, tiene ciertas limitaciones, ya que no todo el mundo la entiende ni en todas las situaciones se pueden apreciar los matices. En el caso del discurso político, la aparición del fenómeno irónico depende de ciertos factores (Alcaide Lara, 2004, p. 183). Uno de ellos es la presencia o no de mediadores entre el hablante político y sus destinatarios; así, los enunciados

irónicos son abundantes tanto en textos periodísticos realizados por políticos, como en mítines electorales, en los que se produce un alto nivel de interacción con el destinatario. Por el contrario, el uso de la ironía no es usual en entrevistas o intervenciones parlamentarias, por el temor que sienten los políticos a que los medios malinterpreten el enunciado irónico, de manera que el mensaje no llegue correctamente a los votantes (Alcaide Lara, 2011b, p. 50).

La ironía tiene un carácter crítico que, como señala Hernández González (1999), implica una transgresión en el discurso para mostrar la contradicción entre lo que se dice y lo que se piensa y tratar de desenmascarar una realidad escondida y deslegitimar las razones en las que se basa. Al generar dicha incoherencia en el receptor se le está avisando de que el mensaje es más profundo e interpretable de lo que a primera vista podría parecer.

Un ejemplo de ironía en un texto político puede ser el siguiente:

**Imagen nº 1. Tuit de @Imbecilismo, 27/06/2016.**



Esta afirmación publicada el día que Gran Bretaña votó afirmativamente al Brexit (salida de GB de la Unión Europea, 23 de junio de 2016) significa que no estamos de acuerdo con su decisión. “Votar mal” es una expresión que no tiene demasiado sentido, salvo que se refiera a no saber meter la papeleta en la urna o a equivocarse de opción por error. Yendo más allá significaría que los



británicos no tenían toda la información necesaria para votar. Dando una vuelta más a la ironía, podría entenderse de esa afirmación una crítica hacia la democracia, que permite a los ciudadanos votar cosas que no les convienen. Un último giro implicaría, además, una ironía hacia los que critican la democracia cuando no sale la opción que ellos quieren, menospreciando el acto de votar.

Sin embargo, esa misma frase publicada tres días después, cuando el PP ganó las elecciones en España (26 de junio de 2016) mejorando sus resultados de seis meses antes a pesar de los numerosos casos de corrupción de su partido que salieron a la luz, cambia completamente de sentido. En ese caso, la misma frase da otro giro a la ironía, y cuando decimos que “los británicos votan mal”, el acento no lo ponemos en “votar mal”, sino en los británicos, criticados durante varios días por los españoles por su decisión y que, sin embargo, “han votado mal” también. Es por esto que es clave en la ironía entender bien el contexto. Las circunstancias de tiempo y lugar pueden hacer que una frase semánticamente igual cambie de significado al referirse a otro sitio o producirse en otra fecha. Por ello la ironía muchas veces resulta difícil de entender, y los políticos no se atreven a usarla, pues pueden provocar malinterpretaciones o, en el mejor de los casos, no saber ni ellos mismos lo que están diciendo (“en el mejor de los casos” sería aquí una nueva ironía).

#### **2.1.5 Reducción al ridículo**

La reducción al ridículo es una herramienta de humor sobre la que apenas hay documentación bibliográfica, pero es muy utilizada dentro del campo de la comedia para desmontar teorías incoherentes.

Su naturaleza coincide con la de la *reducción al absurdo* (*Reductio ad absurdum*), argumentación lógica utilizada en matemáticas, filosofía o derecho, que sirve para defender o desmontar una tesis mostrando que su contrario tiene implicaciones absurdas porque lleva a una contradicción (Rodríguez- Toubes, 2012).

La reducción al ridículo tiene por objetivo encontrar y focalizar el axioma erróneo o incoherente de una declaración, decisión política o ideología para aislarlo y realizar una crítica hacia él mostrando lo ridículo que resulta. Consiste en escarbar mediante procesos lógicos deductivos hasta encontrar la raíz corrupta de un determinado razonamiento y volver a salir a la superficie mostrando la falacia adornada con humor.

La reducción al ridículo, aunque sea difícil de usar y en ocasiones de entender, es una de las herramientas satíricas más efectivas para desmontar argumentaciones políticas erróneas. En el entorno de la política, la comunicación es un arma imprescindible a la hora de conseguir votos y los políticos son expertos en retorcer las palabras hasta conseguir el titular que desean. Sus juicios, conclusiones y análisis suelen ser, sobre todo cuando se dirigen a medios de comunicación o en mítines, es decir, escenarios no científicos, ofreciendo a los ciudadanos sentencias triunfalistas, populistas o motivadoras. Analizar, desmentir y encontrar incoherencias dentro del discurso de los políticos sería un trabajo extenuante y fatuo. Los políticos no son filósofos, académicos ni científicos, ni siquiera se les exige ser intelectuales o tener un excelso currículum, y al público al que se dirigen no tratan de convencerlo solo con argumentos racionales, sino que muchas veces apelan a sus emociones. Es por ello que, en este caso, en vez de desmontar discursos de políticos para mostrar

el funcionamiento de la reducción al ridículo, vamos a usar sentencias más comunes para mostrar sus contradicciones.

Veamos un ejemplo de gag sobre la homofobia creado explícitamente para ilustrar este trabajo. En muchos lugares del mundo existen leyes que restringen las libertades y derechos de los homosexuales. En algunos sitios se les prohíbe donar sangre por si pudieran infectar con enfermedades de transmisión sexual a los donados. Mediante la reducción al ridículo seguiríamos el siguiente camino para hallar el absurdo:

*-Los homosexuales no pueden donar sangre porque podrían infectar a los donados.*

*-La sangre es esencial para vivir.*

*-Poca gente dona sangre y a veces es complicado encontrar a alguien compatible.*

*-El porcentaje de homosexuales infectados con enfermedades de transmisión sexual, al menos en occidente, es bajo.*

*-Cuando se requiere una trasfusión de sangre muchas veces es en situaciones de emergencia.*

*-No sería raro que, en una situación crítica de falta de sangre, el único donante que se presente voluntario o sea compatible sea homosexual.*

*-Como homosexual, tendría prohibido donar sangre.*

*-Que te infecten una enfermedad de transmisión sexual, incluso el sida en la actualidad, es mejor que morir desangrado.*

Este sería el proceso lógico que proponemos para desmontar la teoría de que los homosexuales no deberían donar sangre. Como el razonamiento así expuesto resulta pesado, complicado y poco contundente, la reducción al ridículo intenta realizar el mismo camino de una manera más amena manteniendo el proceso lógico y tratando de ser más contundente. Para ello, muestra la situación, pone “caras” y señala cuál es la realidad oculta de la medida política: la homofobia.

*-Hola, he visto que ha habido una tragedia con un montón de heridos y venía a donar sangre.*

*-Vale, pero una comprobación primero. Dígame de qué color ve esta bata.*

*-Blanco hueso.*

*- ¡Vuélvase por donde ha venido! ¡No queremos su sida, amanerado!*

Este chiste trata de desmontar el razonamiento mostrando la situación ridícula que podría generar. En él se trata de mostrar los aspectos absurdos de la medida.

-Es difícil saber con rotundidad a simple vista si alguien es homosexual o no.

-En caso de urgencia, no hay tiempo para hacer pruebas de sangre sobre posibles enfermedades de transmisión sexual como el sida.

-No se puede asumir que todos los gais tengan sida.

-En la actualidad, el sida es una enfermedad crónica y tratable de baja mortandad, por lo que sigue siendo preferible a morir desangrado por rechazar una transfusión.

Además, se incluyen en el *gag* ciertos matices para señalar que lo que se pretende no es proteger la salud del donado, sino atacar a los homosexuales. Con tal fin se usa el tópico de que los hombres homosexuales al ser más afeminados distinguen más colores que los heterosexuales, entre ellos el blanco hueso. Por último, el chiste acaba con una palabra contundente para resultar más gracioso. Es un recurso muy utilizado por los cómicos acabar con palabrotas o palabras duras sus gags para que resulten más divertidos, aunque no tengan que ver con el chiste.

A través del humor hemos intentado desmontar un discurso que en muchos lugares se da por válido y además tratamos de mostrar la realidad que hay oculta tras el enunciado. La reducción al ridículo requiere de mayor esfuerzo y proceso racional que un simple *gag* y además no busca la carcajada, sino mostrar de

manera contundente una incoherencia que no resultaba evidente a simple vista. Por ello, como herramienta de persuasión a la hora de desmontar o defender discursos e ideologías políticas, la consideramos una de las mejores técnicas junto con la ironía.

### **2.1.6 Otras herramientas humorísticas**

Existen más tipos de herramientas humorísticas de gran utilidad a la hora de desmontar argumentos y decisiones políticas. Tratan de hacer una traducción o explicación de la situación para que el ciudadano entienda mejor lo que está sucediendo, ya que el lenguaje político a veces resulta enrevesado y complejo para tratar de confundir al receptor. Con recursos como la hipérbole, el paralelismo o la analogía, la sátira consigue desenmascarar lo que se está haciendo o diciendo y revelar las verdaderas intenciones del poder. Además, ayudan a ridiculizar muchas de estas acciones, por lo que al quitarle valor y hacer una burla del poder se consigue cambiar la perspectiva y apreciar aún más nítidamente la realidad que se está tratando de comunicar.

Con la *exageración* o *hipérbole* se suele llevar al extremo una afirmación o decisión para mostrar su verdadera naturaleza y realidad. Consiste en aumentar o disminuir los hechos para mostrar que ir por un determinado camino lógico lleva a un determinado resultado. Se trata de conjeturar cuál sería el fin si se tomara cómo válido cierto planteamiento o afirmación. La herramienta de reducción al ridículo se maneja en un terreno similar, aunque la exageración suele ser más directa y llevar un tono más hilarante.

Tomamos como ejemplo el tuit de @facudiaz en el que escribe lo siguiente respecto a la polémica suscitada en diciembre de 2013 por la aprobación de la

Ley del Aborto de Alberto Ruiz Gallardón y los supuestos en los que se permitiría en caso de violación:

**Imagen nº 2. Tuit de @FacuDiazT, 20/12/2013.**



Lo que trata de mostrar el tuitero es el presunto machismo del Ministro de Justicia escondido detrás de una ley restrictiva para los derechos de las mujeres. Para ello, añade al supuesto de violación como causa del aborto que la mujer “no fuera provocando”, argumento usado y criticado duramente en algunas sentencias judiciales y por personas de evidente ideología machista en las que se culpabiliza a la víctima en un caso de abuso sexual. El tweet lleva a la exageración la argumentación de Gallardón para tratar de mostrar cuál es el motivo real de la aprobación de dicha ley y cómo podría llegar a ser de permitirse el avance en esa dirección. El rechazo que provoca el mensaje ayuda a descalificar la decisión y quitarle elementos decorativos que impiden ver su auténtica naturaleza.

El *paralelismo* consiste en repetir una misma estructura varias veces, pero alterando algún elemento. En nuestro caso, se trataría de transportar un hecho de la vida real para encontrar sus relaciones de semejanza con otros acontecimientos que ayuden a mostrar su naturaleza. Al recrear cierto hecho en

otras condiciones se consigue cambiar la perspectiva y reconocer los elementos incoherentes o erróneos de una afirmación.

Para ello, analizamos este tweet de @esecundarios a propósito de la afirmación del entonces Ministro de Educación, José Antonio Wert, en 2012 en la que decía que había que “españolizar a los niños catalanes”. La respuesta de la sátira en este caso fue una recreación del mensaje:

**Imagen nº 3. Tuit de @esecundarios, 11/10/2012.**



Con esta supuesta escena se trata de mostrar la verdadera naturaleza del mensaje del ministro con su “españolizar niños catalanes”, dando a entender que se trata de un concepto anacrónico y superado más propio de una España clasista y anticuada. Se intenta hacer un paralelismo entre el concepto de “españolizar” con el de “cristianizar”, esto es, para el ministro el catalanismo sería un sentimiento infiel al que habría que conquistar llevando la palabra del españolismo, una especie de verdad eterna como si fuera la palabra de Dios. Se recrea una situación paralela a la de las cruzadas. Palabras como “señorito”, “montura” o “alba” unido a nombres propios como “Régula” reproducen un entorno que recuerda a una España medieval con señores feudales y sirvientes. Con ello, se busca confrontar las declaraciones del ministro y su naturaleza

retrógrada y nacionalista y se muestra el camino al que llevaría permitir dichas decisiones.

La *analogía* o *comparación* es una relación de semejanza entre cosas distintas (DLE, 2014). Funciona como herramienta para mostrar los elementos similares o diferentes ante afirmaciones o decisiones que en un principio tratan de ocultarse. Al realizar una comparación de un tema político con una situación cotidiana, se consigue explicar el verdadero significado de lo que está sucediendo. Además, nos encontramos de nuevo con que esa analogía consigue desvirtuar la pomposidad con la que se comunica muchas veces en política y llevarlo hacia un contexto más relajado en el que desacralicen las relaciones de poder.

Para ver cómo funciona esta herramienta comunicativa vamos a analizar el tweet de @carvalladolid de febrero de 2013 sobre la rueda de prensa de Mariano Rajoy que dio a través de un plasma para dar explicaciones tras la publicación de los papeles de Bárcenas días antes que comprometían a su partido.

#### Imagen nº 4. Tuit de @carvalladolid, 05/02/2013.



En este caso se hace una relación de semejanza para mostrar que Rajoy no comparece en directo ante una sala llena de periodistas porque le resulta tan



incómodo como “comer con los suegros”, un lugar común dentro del humor español. Lo que se trata de mostrar es que el presidente del gobierno no se atrevía a contestar en directo, bien porque no confiaba en su capacidad de convicción o porque temía no saber responder a las preguntas de los periodistas. “Comer con los suegros” es un concepto entendible por la mayoría dentro de un entorno del costumbrismo español que implica una situación de desgana ante un plan poco apetecible que puede resultar violento o intimidante. Esta comparativa ayuda a entender lo que podría estar sintiendo el presidente a la hora de tener que dar explicaciones sobre un tema tan complicado. Así a través del humor hacemos una traducción de lo que realmente está pasando y eliminamos parte de la relación de poder ante un presidente de gobierno al llevarlo hacia una situación cotidiana como cualquier ciudadano más.

#### **2.1.7 Libertad de expresión y sátira: un debate no acabado**

La libertad de expresión forma parte de los derechos humanos y está protegida por la Declaración Universal de 1948 y las leyes de todos los estados democráticos. La expresión nunca debe ser objeto de censura previa, pero puede regularse a partir de la responsabilidad posterior. Esto supone que, con la libertad de expresión, no se puede impedir que una persona se exprese, pero sí se la puede penar por sus mensajes. Según el Tribunal Constitucional español,

*“La libertad de expresión se concreta en la facultad de los individuos de expresar cualquier pensamiento, idea, creencia, juicio de valor u opinión, es decir, cualquier concepción subjetiva de la persona, sea más o menos aceptable y aceptada socialmente, y difundirla a través de cualquier medio, ya sea natural -la palabra, los*

*gestos- ya sea cualquier medio técnico de reproducción -por escrito, a través de las ondas...-<sup>2</sup>.*

Dentro del derecho a la libertad de expresión nos encontramos un debate histórico nunca concluido en relación a los límites del humor y la sátira, ya que se confrontan los derechos del emisor a expresarse libremente y los derechos del receptor a no verse atacado. Como señala Ana Valero (2014, pp. 95),

*“La sátira es y ha sido a lo largo de la historia de la humanidad un modo inteligente de expresión ligado tradicionalmente a la crítica social y política, y, por lo tanto, una de las señas del estado de salud de un Estado democrático. Su libre expresión a través de manifestaciones artísticas no es ilimitada, pues ha de convivir armónicamente con los derechos de la personalidad de quienes son objeto de la manifestación satírica o con otros bienes constitucionalmente protegidos”.*

Según los pronunciamientos constitucionales estudiados en dicho artículo, las directrices judiciales sobre tal enfrentamiento entre sátira y libertad de expresión son las siguientes:

*“En la medida en que la libre expresión satírica es una clara manifestación de la libre opinión de ideas, creencias o juicios de valor, su ejercicio alcanza los máximos niveles de protección cuando se dirige hacia personas, colectivos, instituciones o, incluso, sentimientos, con relevancia pública. El libre mercado de las opiniones es la base y fundamento de la formación de una opinión pública libre, presupuesto de todo sistema democrático, por lo que a mayor interés o relevancia pública de la materia o persona objeto de la sátira es mayor el nivel de protección que debe otorgarse a*

---

<sup>2</sup> Sentencia del Tribunal Constitucional español 12/1982, Caso “Antena 3 S.A.”, Fundamento Jurídico 3.

*esta última. En este sentido, debe recordarse, en lo que a personas de relevancia pública se refiere, que el Tribunal Europeo de Derechos Humanos ha sancionado recientemente tanto a España como a Francia, por mantener en sus Códigos Penales delitos que prevén penas agravadas para aquéllos que cometieran injurias contra la Corona, en el primer caso, o contra el presidente de la República, en el segundo. Resulta importante destacar esto último, porque pone claramente de manifiesto que las Cortes encargadas de proteger los Derechos Humanos otorgan un carácter preferente al ejercicio de un derecho fundamental como la libertad de expresión cuando éste es empleado para cuestionar satíricamente cualquier instancia en torno a la que exista o pueda existir un debate en la sociedad”<sup>3</sup>.*

Podemos ver que a nivel judicial se valora la sátira como herramienta en defensa de las libertades civiles, pero se trata de fijar sus límites en función de la relevancia social que pueda tener dicho contenido. Dicho límite se encuentra borroso en ciertos casos, ya que muchas veces resulta difícil hacer compatibles el derecho a la libertad de expresión del emisor con el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen de quien es objeto de la sátira. Para entender esto, encontramos también en dicho artículo de Valero estos dos ejemplos en los que el Tribunal Constitucional español y el Tribunal Europeo de Derechos Humanos tratan sobre la materia:

El Caso *Makoki* trató sobre “la posible vulneración que la publicación de un cómic vejatorio e injurioso, que se mofaba del cautiverio de los judíos en los campos de concentración nazis, provocaba en el derecho al honor colectivo del pueblo judío”. El Tribunal Constitucional español declaró que “no se encuentran

---

<sup>3</sup> Ídem

*amparadas por la libertad de expresión aquellas manifestaciones satíricas que inciten al odio o a la violencia contra determinados colectivos sociales” (Valero, 2014, pp. 91).*

**Imagen nº 5. Portada de *Makoki*. Nº 23, 02/1992.**



**Fuente:** [https://www.tebeosfera.com/numeros/makoki\\_1989\\_makoki\\_23.html](https://www.tebeosfera.com/numeros/makoki_1989_makoki_23.html)

Según la interpretación de dicho Tribunal, las obras satíricas no han de satisfacer el principio de veracidad que es exigible a la libertad de información, pues son una manifestación clara de la libertad de expresión. En consecuencia, no hay duda de que la negación de un hecho histórico como el Holocausto se encuentra amparada por dicha libertad, ya que por su contenido y su forma compleja, gráfica y literaria es una obra de ficción, sin la menor pretensión histórica. Además, el Tribunal sostiene que *“es evidente que, al resguardo de la libertad de opinión cabe cualquiera, por equivocada o peligrosa que pueda parecer al lector, incluso las que ataquen al propio sistema democrático. La Constitución protege también a quienes la niegan”* (Valero, 2014, pp. 92).

Esta decisión del Tribunal trata de proteger el derecho a la libertad de expresión incluso aunque lo que se exprese sea nocivo o ataque los valores de la propia sociedad que ha creado tal derecho. Sin embargo, como podemos seguir leyendo, lo que no protege es lo que se conoce como “discurso del odio”.

Según el propio órgano jurídico, a lo largo de las casi cien páginas del comic *“se habla el lenguaje del odio, con una densa carga de hostilidad que incita a veces directa y otras subliminalmente a la violencia por la vía de la vejación”*. El Tribunal considera que la finalidad global de la obra es la de “humillar a quienes fueron prisioneros en los campos de exterminio, no sólo pero muy principalmente los judíos. Cada viñeta -palabra y dibujo- es agresiva por sí sola, con un mensaje tosco y grosero, burdo, en definitiva, ajeno al buen gusto, aun cuando no nos corresponda terciar en esta cuestión, que se trae aquí como signo externo de ese su talante ofensivo”, lo que implica una actitud racista contraria al conjunto de valores protegidos constitucionalmente.

Por el contrario, en el mismo artículo de Valero tenemos en 2013 el caso Eon contra Francia, en el que el Tribunal Europeo de Derechos Humanos condenó a este país por sancionar, a través del delito de “ofensas al presidente de la República” a un ciudadano que portaba una pancarta que decía “Lárgate, pobre gilipollas” dirigida al entonces presidente, Nicolas Sarkozy, en un acto público en 2008. En su sentencia, el Juez de Estrasburgo señala que esa frase *“no atentaba contra la vida privada o el honor del presidente y no constituía un ataque personal gratuito contra su persona”* (Valero, 2014, pp. 95), tratándose de una manifestación constitutiva de la sátira política y, por ende, de la libertad de expresión. Y ello porque la frase en cuestión había sido utilizada en el pasado, con una amplia repercusión en los medios de comunicación, por el propio

presidente. Así pues, el TEDH reitera en esta reciente sentencia que los políticos deben soportar las críticas y que la sátira está destinada precisamente a “provocar y a agitar” socialmente, por lo que condenar este tipo de actos puede tener *“un efecto disuasorio sobre las intervenciones satíricas que pueden contribuir al debate sobre cuestiones de interés general”* (Valero, 2014, pp. 95).

Lo que sacamos en conclusión de ambas sentencias es que nos encontramos ante una doble dificultad a la hora de valorar la relación entre la libertad de expresión y la sátira. Por un lado, tratar de compaginar los derechos tanto de quien la realiza como de quien la recibe, ya que la libertad del primero de expresarse termina donde empieza la libertad del segundo de no verse atacado. Pero siendo el humor un tema tan subjetivo encontramos un segundo problema, la interpretación de dicha sátira por parte del tribunal, ya que es él quien debe dirimir si determinado chiste vulnera los límites de la libertad de expresión. Esto supone una dificultad muy grande en muchas ocasiones, ya que puede resultar complicado entender completamente el conjunto de circunstancias y contextos en los que se realiza un chiste y sobre los que se cimienta que sea gracioso o no. Además, un chiste puede tener sentido a diferentes niveles y hacer gracia a alguien por un motivo y a otro por otro de forma ajena a la intención primera del autor. Por otro lado, la ley protege en mayor medida a la sátira cuando trata sobre temas de mayor relevancia pública y menos cuando se trata de una ofensa gratuita que solo busca la burla sin generar ni participar de ningún debate social o político. En este caso se convierte casi en imprescindible que el chiste, aunque contenga elementos muy subversivos e incluso ofensivos para determinadas personas o instituciones, pertenezca a algún tipo de controversia a nivel social y que se fundamente dentro del género de opinión y no en el de las injurias o

amenazas.

Por tanto, se comprende que la revista *Makoki* fuera condenada, ya que no planteaba ningún debate sobre los nazis y los judíos mientras que sí atacaba directamente a estos últimos. Se entiende que el ciudadano francés que llamó “gilipollas” a Sarkozy fuera absuelto ya que no se trataba de un insulto sino de un recurso humorístico en el que repetía una frase utilizada por el propio Sarkozy pero cambiando la situación. Sin embargo, no se comparten, por ejemplo, otras resoluciones como el secuestro de la revista *El Jueves* en 2007 por la portada del entonces Príncipe de Asturias y su esposa Letizia en una clara posición sexual o las condenas a tuiteros por hacer chistes sobre Carrero Blanco.

En el caso del Príncipe de Asturias, no se trata de una burla vacía hacia la Corona, sino que se hace referencia a la medida del gobierno socialista de otorgar 2.500 euros por cada recién nacido. Con esa portada lo que se trata es de participar en el debate sobre si tiene sentido que el futuro Jefe de Estado español no sea elegido democráticamente.

En el caso de los tuiteros, como Cassandra Vera, que escribieron chistes en twitter sobre Carrero Blanco, no se intenta hacer una alabanza a la banda terrorista, sino condenar a los responsables de la dictadura franquista, algo que no se ha hecho hasta el momento y que gran parte de la ciudadanía exige.

Como vemos, no se trata de un debate fácil y no parece que vaya a mejorar a corto plazo, ya que con las nuevas plataformas digitales ha aumentado exponencialmente la capacidad de la gente para opinar libremente sobre cualquier tema y a ser escuchado por una amplia multitud, por lo que una inexperiencia o falta de madurez puede hacer que nos sigamos encontrando más y más casos como estos donde el límite se convierte en un lugar difuso.

Además, como señala Marc Balboa (2018, pp. 37), *“la sociedad ha alcanzado un estado de teatralización verdaderamente alarmante. La repercusión mediática que genera cada caso, provoca que la sociedad dramatice un escándalo que no siente. Por su parte, la persona acusada se ve obligada a teatralizar ante la ley un arrepentimiento inexistente, con la única intención de reducir las represalias que ha levantado su acción supuestamente ofensiva”*.

El cómico y co fundador de la revista *Mongolia* Dario Adanti escribió en 2015 en *eldiario.es* un artículo en el que hablaba sobre los límites del humor desde el punto de vista ético, no legal. En él reflexionaba a raíz de los tweets del concejal madrileño Guillermo Zapata que *“el humor tiene límites, pero no debería tenerlos, ya que se trata de una ficción, y en la ficción todo el mundo acepta que no hay límites”*. Adanti acepta que el humor cruel puede ofender o causar dolor, pero se trata de un dolor casi “virtual” en el que es imposible saber con certeza si la intención del emisor era realmente ofender o si el dolor del ofendido realmente lo es. El cómico incidía en que el humor es un pacto entre las distintas partes y que lo realmente importante no es el chiste, sino el contexto, eso es lo que lo limita. El cuándo y el dónde son los que hacen que un chiste sea adecuado o no. Incluso el chiste menos ofensivo resultaría inapropiado en un funeral. O no. Como apunta Adanti, un chiste sobre el holocausto contado por una víctima del holocausto significa una cosa totalmente diferente al mismo chiste contado por un nazi. *“Sí, el señor McLuhan sigue teniendo razón: el medio es el mensaje”*, añade. *“Además, el pecado del nazi no es el chiste, es ser nazi. El chiste solo es una reafirmación de su pecado”*. En su comentario señala que la problemática habitual sobre los límites del humor reside en sacar de contexto los chistes. Si a un payaso que está en una fiesta infantil lo cogen y lo arrastran sin su



consentimiento a un funeral y luego allí lo acusan de falta de respeto y de no respetar a los familiares del fallecido, el que no está teniendo respeto es el que lo ha sacado de su contexto. Sacar un chiste o tweet antiguo del marco en el que fue creado y mostrado y juzgarlo bajo otras circunstancias es querer atacar al payaso que solo estaba hinchando globos en un cumpleaños. Y quizá sea quien busca ese ataque el que debe ser juzgado e investigado bajo qué intenciones trata de generar esa crítica. En el peor de los casos, el humor solo implica un dolor virtual, mientras que las acciones que pueda haber detrás suponen una acción real.

Un artículo de Mónica Luengo (2017) en *El País* recoge las opiniones de algunos cómicos como Pepe Colubi, Berto Romero, Borja Cobeaga o David Broncano sobre los límites del humor a raíz de un monólogo de Kaco Forns en *Late Motiv* (Cero) en el que hablaba, entre otros temas, sobre el yihadismo. Como señala Andreu Buenafuente, director y presentador del programa, cuando le escuchó el tema sobre el que iba a hablar le *“generó incomodidad y sorpresa, pero pensó, ‘bien, esto es comedia’*. *Kaco se ha metido en un territorio aparentemente intransitable y ha hecho buen humor*”. Para Javier Gomá, filósofo y director de la Fundación Juan March, el buen humorista es el que sabe manejarse correctamente en cada momento y lugar. El contexto, de nuevo. Pepe Colubi, colaborador del programa *Ilustres Ignorantes* (Cero), apunta que *“cuando sacas un chiste de su origen, al momento se pudre. No es lo mismo una actuación que una conversación privada o un tuit”*. Por su parte, Berto Romero, colaborador de *Late Motiv* (Cero), señala que con los años la sociedad va adquiriendo mayor sensibilidad con temas como el machismo. *“Si ahora vemos el humor que se hacía en los ochenta nos parece muy burro. Y tan absurdo sería*

*seguir haciendo el humor de entonces como castrar el de ahora*". Borja Cobeaga, director de *Ocho apellidos vascos* y *Vaya Semanita* (ETB), explica que no hay temas tabús y que todo depende del enfoque, *"se puede bromear sobre terrorismo siempre que se centre la burla en el etarra, no en la víctima"*. Por último, David Broncano, presentador de *La Resistencia* (Cero) y *La Vida Moderna* (Cadena SER), defiende que no debe existir ningún límite al humor, aunque en referencia al atentado terrorista de 2015 a la redacción de Charlie Hebdo añade *"si nos van a matar por hacer un chiste, pues ahí está el límite del humor"*.

En muchas ocasiones, el aspecto fundamental a la hora de entender esta cuestión parte de la propia calidad del chiste, un concepto ambiguo. Cuando es muy bueno, aunque trate sobre un tema peliagudo, se entiende que su propia calidad implica que la intención es hacer reír y no ofender. Sin embargo, si el chiste es malo, el receptor puede entender que lo único que pretende es ofender. Esto es muy frecuente en cómicos amateurs o principiantes y que consideran que el humor negro es un camino rápido de ascensión. Sin embargo, esta vía resulta mucho más complicado y en ocasiones lleva a que se vean involucrados en polémicas como consecuencia de las ofensas causadas. En el mismo artículo de *El País* Kaco Forns señala al respecto que *"cuanto más duro es el tema que se está tratado, más tensa a la gente, y para que la tensión se libere el chiste tiene que ser muy bueno"*. Como vemos, respecto al humor en el sentido no legal los límites son muy difusos y ambiguos, por lo que resulta más que complicado establecer patrones que muestren la validez o no de un determinado chiste de manera sistemática.

## **2.2 Estado de la cuestión sobre la sátira política y su evolución con los nuevos medios**

La relación entre el humor y la política suele provocar tensiones. El humor critica, ataca, desmiente y ridiculiza a la política. A veces con razón y brillantez y otras con burla y sarcasmo. Muchas personas de ideología conservadora se quejan de que los cómicos no sean ecuanímenes con ellos y apenas sean mordaces con la izquierda. Los que están en el poder tratan de desacreditar e ignorar a los humoristas satíricos, tratando de promocionar y valorar a aquellos cómicos más blancos que apenas den que pensar. Cada poco tiempo salta el debate sobre los límites del humor, bien porque alguien en Twitter hace un chiste de mal gusto sobre algún tema o persona sensible o porque alguna revista satírica dibuja caricaturas sobre Mahoma. No son pocas las veces que alguien ha tenido que responder ante la justicia por comentarios supuestamente humorísticos en redes sociales, como los casos de Cassandra Vera o Guillermo Zapata explicados más adelante, y tampoco hay que olvidar que la redacción de la revista *Charlie Hebdo* en París sufrió un atentado terrorista por parte del grupo terrorista Al-Qaeda en 2015 matando a doce trabajadores del semanario. El debate sobre los límites del humor parece no acabar nunca y pocas conclusiones se sacan cada vez que surge, ya que ni los profesionales ni los consumidores parecen muy interesados en sumergirse en un tema tan complicado.

Sin entrar en este debate, cabe estudiar la relación en los últimos años entre la política y la sátira, sobre todo debido a la revolución digital en los medios de comunicación que ha permitido que un gran número de antiguos receptores se hayan convertido en creadores y emisores de contenidos. La sátira ya no solo concierne a las viñetas en los periódicos y los espacios televisivos, sino que las

redes sociales han posibilitado que ciudadanos anónimos valoren, critiquen y analicen campañas electorales o decisiones políticas sin salir de su casa.

Uno de los momentos clave de la sátira en España fue el 15M, movimiento crítico con el sistema que comenzó en Madrid en 2011 “ocupando” la Plaza del Sol el 15 de mayo por los autodenominados “indignados” que se repitió en muchas capitales españolas. La particularidad de la protesta radicó en el seguimiento masivo y casi en vivo que tuvo en redes sociales, Twitter especialmente. A través de la aplicación de *microblogging* se enviaban desde y hasta la concentración tuits con información sobre lo que estaba sucediendo.

El 15M ha sido un movimiento ampliamente estudiado dentro y fuera de España, ya que revolucionó la manera de catalizar las protestas. Twitter existía anteriormente e internet estaba ampliamente consolidado, pero esta fue la primera vez que de manera online se pudo organizar y mostrar todo lo que estaba sucediendo. Esto permitió que los eslóganes que se realizaban en la protesta rebotaran en las redes llegando a millones de ciudadanos y que, a su vez, se repitiera el proceso en sentido contrario, con tuits de apoyo e información hacia el movimiento.

Klappenbach en su artículo “El humor del 15M” (2012) afirma que uno de los recursos de las personas sometidas a los abusos de autoridad consiste en reírse de quien manda, despojarlos de su superioridad y convertirlos en seres pequeños, ridículos y vulnerables y que, en este sentido, el humor se convierte en numerosas ocasiones en un modo de crítica. El autor establece la risa como la antítesis del miedo, que siempre resulta paralizante y conservador. A esto hay que añadir que el 15M se gesta y se desarrolla en las redes sociales, muy propensas a la sorna. Basta ojear Twitter para comprobar que muchos de los

usuarios que tienen miles seguidores sin ser personajes públicos suelen escribir tuits ingeniosos y divertidos.

Así pues, Twitter rompió la *espiral del silencio* y conectó a millones de ciudadanos desencantados con la situación actual para unirse a la protesta. Como afirma Sonia Sierra (2012), el 15M fue un movimiento pacífico y señala que el uso del humor y la no violencia está relacionado. Esto podría explicar por qué en España la dramática crisis económica no habría desembocado apenas en estallidos de violencia, altercados y enfrentamientos con la policía como sí ha sucedido en otras capitales europeas, latinoamericanas o la Primavera Árabe (Klappenbach 2012). Cabría preguntarse entonces los motivos por los que en 2019 la sentencia del juicio sobre el *procés* originó multitud de violentos disturbios en las calles de las capitales catalanas (Aragó y Villalonga, 2019). El humor ayudó a millones de españoles a sobrellevar la frustración de la crisis económica de manera pacífica y, sin embargo, pocos años después no pudo hacer nada frente a la violencia nacionalista. Sobre si la comedia es más útil frente a discursos racionales o emocionales hablaremos más adelante.

Moreno (2010) apunta que tradicionalmente los estudios sobre campañas electorales se han centrado básicamente en observar los aspectos más bien serios que supuestamente ayudan a entender qué es lo que sucede en unas elecciones. Así, el análisis del voto (Franklin, 2004), el escrutinio de los sondeos de opinión (Berinsky, 2005) o la descripción de los contextos de acción (Johnson, Phillips Shively y Stein, 2002) son estudios electorales que analizan seriamente los fenómenos de la política porque parten del supuesto implícito de que la política es algo serio, es decir, es un objeto que se toma a sí misma y por tanto debe analizarse en serio. Tal vez sea un error pensar que sólo lo serio es

importante en política y habría que considerar “la importancia de lo no serio” (Chafe, 2007) a la hora de estudiar los fenómenos políticos y electorales.

En su análisis sobre las elecciones de 2008, Moreno estudia el aspecto humorístico desde el punto de vista de los gobernantes a través de los debates que realizaron Zapatero y Rajoy en televisión. Cabe recordar que España llevaba quince años sin debates televisados entre los dos principales candidatos desde el que realizaron Aznar y Felipe González, por lo que la expectación era muy alta. Durante los dos debates entre Zapatero y Rajoy, ambos ofrecieron “titulares” manifiestamente preparados para generar humor en el imaginario colectivo de los ciudadanos, como el “buenas noches y buena suerte” de Zapatero o la “niña de Rajoy” a la que supuestamente iban destinados sus mensajes políticos. Moreno afirma que estos debates fueron importantes porque entraron a formar parte de la conversación cotidiana durante la campaña e internet fue un buen termómetro para estudiar su efecto social. Según el análisis que realiza este autor (2010), de los vídeos en Youtube sobre los debates Zapatero-Rajoy los humorísticos fueron con diferencia los más importantes del total de las visitas, los que captaron una media mayor de visitas y los que marcaron la agenda de la atención pública. En función de estos datos, la capacidad de internet para conectar los elementos políticos de la campaña electoral y la ciudadanía con los elementos cómicos queda demostrada”.

Otro aspecto interesante es el tipo de humor utilizado por ambos políticos. Analizado por Moreno en dicho artículo, Zapatero usó un humor menos cínico para dar una imagen de perfil suave, a diferencia de Rajoy, quien, a pesar de su mayor número de sonrisas, mostró una estrategia cínica hacia su adversario que no fue en general bien aceptada (2010). Esto ayuda a comprender cómo las

propias herramientas del humor son difíciles de ejecutar, máxime cuando el sujeto, en este caso político, no se maneja en el campo de la ironía o la comicidad con naturalidad. El humor contiene muchos matices en función del contexto desde el que se enfoque, y una aparentemente inocente broma puede ocultar una gran hostilidad. En este caso, la “ofensiva cómica” de Rajoy le resultó contraproducente al enfrentarse a un rival más cómodo y adaptado al uso de herramientas humorísticas. Zapatero superó el discurso de Rajoy ya que supo asumir su papel de político auto paródico (ZP, creado en 2004), y fue capaz de aceptar los recursos mediáticos más frívolos y de deconstruirse en caricaturas y logotipos (Moreno, 2010). Todo esto ha de ser entendido en una época en la que el humor, la política y los medios de comunicación estaban a punto de cambiar radicalmente. La crisis económica hizo que se endureciera el debate político y resultara demasiado frívola la imagen a veces cómica de Zapatero. Por otro lado, *Twitter* ya existía, pero no al nivel de usuarios y participación ciudadana que tuvo en las elecciones de 2011 y 2015, lo que provocaba una interacción e importancia de los microblogueros durante el debate político mucho más considerable.

A nivel internacional tenemos multitud de estudios sobre la relación entre humor y política, sobre todo centrados en los *late nights* e *infoshows* estadounidenses. Don Waisanen (2009) afirma que programas como *The Daily Show* o *The Colbert Report*, ambos de la cadena *Comedy Central*, suponen un estímulo para los espectadores por el consumo de contenidos políticos al mezclarlos con diversión y entretenimiento sin perder un ápice de crítica mordaz. Jeffrey Jones (2010) señala además la ironía de estos programas al romper los planteamientos tradicionales sobre los noticiarios y la forma de comunicar la

actualidad. Al hacer una parodia de un informativo serio se está usando la comedia no solo como mensaje, sino desde el propio contexto en el que se crea. Al quitar su halo de solemnidad la información se vuelve más accesible al espectador y la distancia entre el poder y la ciudadanía resulta más asumible.

Resulta también de interés el estudio de Clare Waters (2011) sobre la imitación de Silvio Berlusconi, en aquel momento primer ministro de Italia, llevada a cabo por la periodista Sabina Guzzanti en televisión. El principal éxito de dicha parodia fue conseguir una contraimagen del político hasta entonces desconocida. Cabe señalar que aparte de su carrera política, Silvio Berlusconi era dueño de uno de los grupos de comunicación más grandes en Italia, por lo que su imagen pública hasta el momento había sido construida y diseñada con gran ayuda. Del emprendedor y brillante empresario hecho a sí mismo que toda Italia conocía, Guzzanti mostró al Berlusconi de pasado oscuro y relacionado con la mafia. Esta forma de parodia y caricatura supuso un contrapoder muy importante que alcanzó e influyó a millones de ciudadanos.

Respecto al tipo de humor, hay varias categorías para diferenciarlas en función de su intención. Press (1981) distingue entre el que defiende y legitima las instituciones establecidas y el que lo ataca de manera subvertida. Añade también respecto al uso de viñetas tres tipos de categorías: el *humor neutro o descriptivo*, la *sátira risible*, que critica, pero acepta la legitimidad del criticado, y la *sátira destructiva*, que pretende derrumbar el sistema. En los estados democráticos predomina el segundo tipo, que es donde encontramos ejemplos como *El Intermedio* o *Forges*. *El Hormiguero* o *Périch* serían ejemplos de humor neutro y la revista *Mongolia* de sátira destructiva. Mascha (2011) hace una categorización similar en referencia a las formas de cambio social señalando la



capacidad del humor para el cambio “popular” a nivel micro político pero su ineficacia para el cambio “radical” que influya en los pilares del sistema. La autora apunta a que el humor político es una respuesta “pacífica” mucho más útil en periodos de paz y estabilidad institucional.

En los últimos años ha aumentado el interés sobre la relación entre política y nuevos medios de comunicación debido a las nuevas oportunidades que generan y la adaptación que han de hacer muchos mandatarios. La forma de difundir mensajes, desarrollar una campaña electoral u opinar sobre determinado tema de actualidad ha cambiado considerablemente y el conocimiento del uso del humor, tanto como herramienta de ataque como de defensa, se ha vuelto mucho más importante que hace unos años.

### **2.3 Sátira y humor: un recorrido retrospectivo**

Uno de los puntos más importantes a la hora de analizar una pieza satírica es el contexto en el que ella transcurre. Sin entender las circunstancias en las que es creada, transmitida y recibida es muy difícil comprender el significado real y la intención del emisor y puede llegar a percibirse el sentido radicalmente opuesto al inicialmente concebido. La sátira humorística se mueve por caminos llenos de matices en donde el más mínimo error o desconocimiento del entorno puede generar confusión o incoherencias que hagan imposible la efectividad del mensaje. Es por ello que resulta crucial evidenciar de manera unívoca todos los aspectos referidos al mensaje satírico.

Uno de ellos es la localización en la que se desarrolla dicha sátira. Nuestro objeto de estudio se centra en España, país con un modelo comunicativo mediterráneo o “pluralista polarizado” según Hallin y Mancini (2004). En este

modelo los medios de comunicación se integran en la política de partidos y su objetivo es el de “instrumentalizar” el mensaje periodístico con un fin de influencia ideológica. Esto resulta crucial a la hora de entender la intención con la que a lo largo de la historia se han creado las viñetas satíricas o los *infoshows* televisivos, ya que a diferencia del modelo anglosajón o de Europa Central, los medios de comunicación han estado sometidos tradicionalmente a una mayor influencia política. Si bien es cierto que la mayor parte del sector es privada, en los países mediterráneos el Estado ejerce un gran control sobre dichos medios. En primer lugar, porque a través de sus entes públicos da voz y promoción política a quien le interesa y a quien mejor le conviene al poder. En España, tanto durante muchos años en RTVE como en las emisoras autonómicas hemos visto ejemplos claros de ello. En segundo lugar, porque incluso sobre los medios privados ejerce una gran influencia, ya sea mediante el cambio de las leyes del sector o la publicidad institucional. A nivel empresarial el sector de los medios de comunicación queda lejos de considerarse competitivo, libre, autorregulado y dependiente de sus clientes como sí habría de ser en un modelo liberal. Siendo España un ejemplo claro de modelo mediterráneo, nos encontramos con una prensa muy politizada y con una carga más combativa que informativa, en donde el medio busca ganar adeptos para su bando, aunque sea a costa de una información parcial e incompleta.

En general, la historia del periodismo durante estos últimos siglos en dichos países se encuentra en un casi continuo conflicto entre los medios y el poder por temas de restricciones y libertades, por lo que, una vez elegido el bando en el que participar, el periodismo se convierte en una herramienta de combate más. A la hora de analizar la sátira en muchos de estos casos hemos de entender que

el humor ayuda para tratar de convencer al receptor, pero sin duda el objetivo final es el de vencer al rival político o mediático.

Habiendo explicado las diferencias entre los distintos modelos comunicativos a nivel geopolítico, vamos a exponer la evolución histórica sobre las diferentes etapas de la sátira en España. Como veremos en apartados posteriores, la tradición satírica en España se remonta al siglo XVIII, con el desarrollo y expansión de diferentes periódicos y revistas de información y opinión en donde, muchas veces desde el anonimato o el pseudónimo, se criticaba la situación política y social, las costumbres y hábitos de la población e, incluso, a la monarquía.

### **2.3.1 Desde el siglo XVIII hasta el franquismo**

La tradición satírica en España va ligada, como en muchos otros países, al desarrollo de la prensa, ya que su principal medio de difusión fue las viñetas de humor dentro de las principales cabeceras y revistas de la época. Como señala José Antonio Llera (2003), se puede empezar a hablar de prensa satírica en España ya en la primera mitad del siglo XVIII con la aparición de las gacetas, en las que se parodiaba los estereotipos lingüísticos de las disposiciones administrativas.

A continuación, haremos un recorrido no exhaustivo por las principales cabeceras satíricas y de humor hasta el final de la guerra civil en 1939.

El periódico que inauguró la prensa satírica en España como tal fue *El Duende Crítico de Madrid* en 1735 (Lizaso Tirapu, 2014), una publicación en la que un reverendo oculto tras un seudónimo criticaba y parodiaba la hipocresía de la corte, la ignorancia del pueblo o la crisis colonial.

El número de cabeceras satíricas desde entonces ha sido elevado, pero nos detendremos en algunas de las más relevantes como *El Pensador*<sup>4</sup>, también del siglo XVIII y fundada por Clavijo y Fajardo, cuya idea era desarrollar un proyecto de espíritu reformista inspirado en la tradición periodística francesa y británica. Arrancó en 1762 y su objetivo era aunar el humor y lo didáctico para “mejorar a los hombres”, según narra el autor en su primera entrega. Ya entonces utilizaba herramientas puramente satíricas que hemos mencionado, como la reflexión sobre determinados temas a través del ridículo.

En 1781 nació *El Censor*<sup>5</sup> que durante seis años se publicó de manera semanal y que funcionó como portavoz de las ideas de un grupo de ilustrados españoles. Fue fundado por Luis Marcelino Pereira y Castrigo y por Luis María García Cañuelo y Heredia. Su objetivo era difundir las nuevas ideas con el fin de que fueran más populares las reformas sociales y políticas, y se cree incluso que contó con la protección del propio monarca Carlos III. *El Censor* fue uno de los periódicos más importantes del siglo XVIII y utilizaba la sátira para criticar las costumbres sociales, los vicios de la legislación y los abusos introducidos con pretexto de la religión. Fue suspendido en varias ocasiones durante sus seis años de vida por parte del Consejo de Castilla (Sánchez-Blanco, 2016). Un ejemplo de sátira que llevó al periódico a ser paralizado, fue en su primer año de existencia, en 1781, cuando criticó a la religión católica por su tendencia a la superstición infundada. Para ello, apuntaron que para invadir Gibraltar solo hacía

---

<sup>4</sup> *El Pensador*. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0030240851&>. Consultado el 25 de septiembre de 2019

<sup>5</sup> *El Censor*. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003829198&lang=es>. Consultado el 29 de septiembre de 2019.

falta enviar “*cinco mil soldados con un escapulario del Carmen al cuello*”, ya que la creencia afirmaba que a su portador no lo herían las balas<sup>6</sup>.

En el siglo XIX, el periodismo se vuelve mucho más combativo y se convierte en un instrumento de difusión para partidos e ideologías. La burguesía utiliza la prensa como arma contra el antiguo régimen en base al racionalismo y el progreso y las distintas leyes de prensa surgidas a partir de la Constitución de 1812 protegen los derechos de los autores.

Uno de los defensores más feroces del liberalismo y símbolo del espíritu de la Constitución de 1812 fue *El Zurriago*<sup>7</sup>, periódico satírico nacido en 1821 que apenas duró un par de años y con una periodicidad normalmente semanal, aunque las constantes idas y venidas a la cárcel de varios de sus redactores y jefes hizo que la frecuencia de publicaciones fuera variable. Sus editores, Félix Mejía y Benigno Morales, utilizaban un lenguaje moderno lleno de crítica mordaz para atacar al Rey, a los absolutistas y a los moderados, inaugurando el periodismo de investigación al destapar la corrupción gubernamental o la de los jueces y otros periodistas. Según Llera Ruiz (2003, pp. 203-214), eran frecuentes las invectivas contra los representantes del antiguo régimen: Fernando VII, la Iglesia y el carlismo. Su prospecto anticipa la sátira contra el espíritu de partido y contra toda clase de abusos. El propio título del periódico hace referencia a un tipo de látigo con el que, en propias palabras de los editores, “*darían zurriagazos a los que abusen de su autoridad, a los periodistas que en vez de dirigir la opinión la extravíen, los aduladores [...] con los que obran por espíritu de partido o*

---

<sup>6</sup> *El Censor*, nº 46, 20/12/1781

<http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003829198&lang=es> Consultado el 25 de septiembre de 2019

<sup>7</sup> *El Zurriago*. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003934384&lang=es>. Consultado el 25 de septiembre de 2019

*corporación y se separan de la senda de la razón [...]*”. Otro ejemplo de la fuerza con la que el periódico atacaba a sus contrarios fue llamar al Fernando VII “deleznable humano”, a pesar de haber declarado en primera instancia que la figura del rey es “sagrada e inviolable”.

Uno de los principales intelectuales de la época fue Mariano José de Larra (1809-1837), quien más que la agitación política buscó con sus publicaciones una literatura útil que reflexionara sobre las costumbres y hábitos de los españoles, como el célebre *Vuelva usted mañana*, que casi dos siglos después parece tan de actualidad en la España de nuestros días (Sales, 2009). Su estilo difería notablemente con el del *Zurriago*, ya que Larra era más un intelectual culto que un agitador político (Llera Ruiz, 2003). Se expresa de manera imparcial, con la dosis justa de sátira apoyada en la ironía y en otras herramientas como la parodia, el sobreentendido, la reticencia y la alegoría. La mayor parte de la carrera de Larra transcurrió durante la conocida por los liberales como *Década Ominosa* (1823-1833). Fernando VII con la ayuda de fuerzas extranjeras volvió al absolutismo e inició una gran represión con los liberales que incluyó el restablecimiento de la Inquisición (Dufour, 2005). Esto provocó que hasta la muerte del monarca en 1833 las libertades civiles y de expresión fueran duramente restringidas.

Es en esta época cuando se desarrolla el humor gráfico en España dando una nueva herramienta a la sátira política. A través de la imagen, los autores son capaces de generar contenidos diferentes que mejoran su valor cómico y crítico. Además, ante una población con un gran porcentaje de analfabetismo, las viñetas permitieron que esa sátira fuera accesible a más ciudadanos. Por otra parte, el dibujo no necesariamente debía ser fiel a la realidad como en un texto

periodístico, por lo que dio pie al género de la caricatura, que ayudó a humanizar y desacralizar instituciones tan alejadas del pueblo como la Corona o la Iglesia mediante la burla y la crítica.

El humor gráfico nace, pues, con las caricaturas de Francisco Ortego en el periódico satírico *Gil de Blas*<sup>8</sup> en 1864 de ideología liberal que servía como arma arrojadiza contra el rival político. Aquí vemos un ejemplo de una de las viñetas del periódico en el que se caricaturiza al presidente del Consejo de Ministros José Malcampo:

**Imagen nº 6. Viñeta en *Gil de Blas*, 05/10/1871**



**Leyenda:** *A consecuencia de las economías, el presidente del Consejo de Ministros se presenta ante el país en un estado lamentable.*

**Fuente:** [http://es.wikipedia.org/wiki/Gil\\_Blas\\_\(revista\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Gil_Blas_(revista))

<sup>8</sup> *Gil de Blas*. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?lang=es&q=id:0003828497>. Consultado el 25 de septiembre de 2019

En la viñeta tenemos al presidente José Malcampo caricaturizado llegando a las Cortes con la ropa rota haciendo un paralelismo con el mal estado de la economía española y mostrándole incluso como un vagabundo que entra al Parlamento casi excusándose. Con ello se trata de señalar la debilidad e inestabilidad de las instituciones españolas en un periodo como el reinado de Amadeo I (1871-1873) en el que hubo hasta seis gobiernos diferentes en apenas año y medio.

El mismo año de la Revolución Gloriosa (1868) nació en Madrid la revista *La Gorda*<sup>9</sup>, de carácter conservador y antiliberal que apenas duró dos años y que se dedicó a atacar las posiciones progresistas y a defender el carlismo.

Como contraposición a *La Gorda* surgió en Barcelona *La Flaca*<sup>10</sup>, revista satírica con caricaturas a doble página y a color. Sus víctimas favoritas eran la monarquía, el clero, los militares y Juan Prim. Como explica Valeriano Bozal (1968, pp. 288-289), *“La Flaca supuso una transformación importante en relación con la ideología de la prensa anterior, toda vez que el verdadero protagonista de la ilustración gráfica es el pueblo. El artista deja de observarlo desde la atalaya, como un demiurgo que llama la atención sobre lo pintoresco y, distanciándose de la cosmovisión burguesa, toma la perspectiva de la clase media urbana preocupada por las desigualdades”*.

Con la llegada de la Restauración (1874-1931) los Borbones volvieron al poder, pero con un sistema más abierto y liberal. Había mayor contrapoder y se realizó un turno político entre liberales y conservadores que trató de dar estabilidad y mejorar la economía española. Es por ello que parte del periodismo

---

<sup>9</sup> *La Gorda*. <https://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/registro.do?id=6128>. Consultado el 06 de marzo de 2020.

<sup>10</sup> *La Flaca*. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0026282615&lang=es>. Consultado el 25 de septiembre de 2019.



pasó de hacer una crítica feroz a las instituciones tradicionales (Monarquía, Iglesia) a hacer un humor más propagandístico y costumbrista, buscando objetivos mundanos y con un tono menos beligerante. Como ya hemos visto, en épocas de menor represión la sátira también bajó su nivel de agresividad y difusión. Es en este periodo cuando aparece *Gedeón*<sup>11</sup> (1895), semanario satírico que José Antonio Llera considera el primer proyecto de periodismo humorístico moderno (2003). Buscaba un periodismo serio y a la vez cercano al público. Competía contra *El Imparcial* y *El Liberal* con la irónica leyenda de “el periódico de menos circulación de España”. Su difusión fue creciendo exponencialmente al tiempo que se acumulaban sus sanciones, hasta que, en 1909 Torcuato Luca de Tena, fundador cuatro años antes de *ABC*, se hizo con la revista convirtiéndose en la publicación satírica más prestigiosa hasta 1941 con la llegada de *La Codorniz*<sup>12</sup>.

El Motín, creada por el gaditano José Nakens en 1881, fue un semanario republicano y anticlerical que aprovechó que el sistema informativo de finales del siglo XIX estaba lejos de las clases populares (Martínez Gallego, 2018). Nakens situó en el centro de su relato al ciudadano medio con su lenguaje y formas de expresión con un tono populista. La revista buscó caricaturizar a la Corona y la Iglesia para humanizarlas y rebajarlas, quitándoles el halo de superioridad que las separaba de la población. La revista desapareció en 1926 tras la muerte de Nakens tras haber sobrevivido a numerosas multas y procesos judiciales. Por sus páginas pasaron intelectuales como Gregorio Marañón, Ramón Pérez de Ayala o Ramiro de Maetzu.

---

<sup>11</sup> *Gedeón*. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003045007&lang=es>. Consultado el 25 de septiembre de 2019.

<sup>12</sup> *La Codorniz*. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0005582833&lang=ca>. Consultado el 25 de septiembre de 2019.

Una de las revistas que más años duró en este periodo fue la valenciana *La Traca*, creada en 1884 por Lluç Soler y Cebrián Mezquita y que consiguió ser la de mayor tirada en toda España durante varios años (Pastor, 2016). El semanario vivió años rodeado de polémicas, cierres y persecución política y se vio obligado a utilizar nombres diferentes para burlar la censura. Atacaba sin mesura tanto a la monarquía, como al poder y la Iglesia. Antonio Laguna (2018) señala que la revista daba relevancia a ritos laico dionisiacos como las fallas dándole promoción para ayudar a generar una identidad de pueblo al margen de la Iglesia cristiana.

Su estilo siempre fue muy crítico y combativo, pero es a partir de 1909 cuando Vicente Miguel Carceller se convierte en editor de la revista y esta adquiere su mayor época de esplendor, llegando a superar el medio millón de ejemplares en 1931. Sus contenidos satíricos y también eróticos encontraron multitud de problemas con el poder y durante la dictadura de Primo de Rivera (1923 – 1930) fue suspendida hasta la proclamación de la II República en 1931. Sin embargo, en 1934 con la llegada de la derecha al poder la revista fue de nuevo silenciada hasta febrero de 1936 con el triunfo del Frente Popular en las elecciones.

**Imagen nº 7. Portada de *La Traca*, Fecha no disponible (1936-1938)**



**Leyenda:** *El Generalísimo: “¡Ay! Cuando veo de cerca ciertas cosas, ¡Cómo me acuerdo de Marruecos!*

**Fuente:** [globalstylus.com/la-traca-de-semanario-satirico-local-a-fenomeno-editorial-nacional/](http://globalstylus.com/la-traca-de-semanario-satirico-local-a-fenomeno-editorial-nacional/)

Durante la Guerra Civil *La Traca* ejerció un papel importantísimo como medio de propaganda política y la sátira antifascista. Como vemos en la imagen nº 7 su estilo era muy agresivo y especialmente duro con la derecha. En esta portada se refieren a Francisco Franco de manera nada sutil como homosexual y le bautizaron “el general invertido”, lo cual no debió gustar demasiado ya que en 1938 la revista dejó de publicarse de manera definitiva y dos años después Carceller fue fusilado en Paterna. Su final trágico junto con su estilo corrosivo y anticlerical han hecho que muchos la comparen en la actualidad con la revista francesa *Charlie Hebdo* (Zafra, 2016).

Otra de las revistas satíricas de referencia en las primeras décadas del siglo XX fue *Papitu* (1908-1937), con implantación preferente en Cataluña. Fundada por Feliu Elias, combinaba los contenidos culturales junto con la crítica social y política desde un punto de vista de izquierdas y catalanista. Además, incluía viñetas de corte erótico y provocador. Como señala Josep María Cadena (2014), *Papitu* supo mantener una línea de erotismo de manera natural sin las groserías conocidas como "galantes" de aquel momento. La revista aguantó como pudo todas las prohibiciones que se produjeron durante la Dictadura de Primo de Rivera (1923-1928), incluso la prohibición de aparecer, que fue solucionada publicando un "hermano pequeño" llamado *Pakitu*<sup>13</sup>.

**Imagen nº 8. Portada de *Pakitu*. Nº 716, 06/12/1922**



**Leyenda:** *Cuando te veo tocar este instrumento me recuerdas a mi difunta!*

**Fuente:** [tebeosfera.com/documentos/papitu\\_y\\_las\\_revistas\\_sicalipticas\\_catalanas.html](https://www.tebeosfera.com/documentos/papitu_y_las_revistas_sicalipticas_catalanas.html)

<sup>13</sup> [https://www.tebeosfera.com/documentos/papitu\\_y\\_las\\_revistas\\_sicalipticas\\_catalanas.html](https://www.tebeosfera.com/documentos/papitu_y_las_revistas_sicalipticas_catalanas.html)

Desde 1921 a 1931, coincidiendo con la dictadura de Primo de Rivera, también encontramos con una revista como *Buen Humor*<sup>14</sup>, dirigida a un público más tradicional y costumbrista y con un tono más absurdo y experimental que político. Fue creada por Pedro Antonio Villahermosa y se publicó de manera semanal durante diez años, consiguiendo tiradas de hasta 25.000 ejemplares y una amplia clientela entre los sectores burgueses. Se trataba de un humor más conservador a la vez que moderno y vanguardista. Como innovadores del arte gráfico, la caricatura y la historieta, sus artífices formarán parte de una generación a la que se ha llegado a denominar la “otra” generación del 27, que practicará un humor intrascendente, disparatado y huido de la crítica política directa, como señalan Seoane y Saiz (1996).

**Imagen nº 9. Viñeta en *Buen Humor*. Nº 229, 18/04/1926**



**Leyenda:** -¡Qué casas de época tan bonitas hacen ahora en Madrid!  
Y usted que es tan entendido, ¿de qué época es esta?  
-¿Esta? Es... de la Generación del 98: vive Maeztu en el entresuelo.

**Fuente:** [www.tebeosfera.com/numeros/buen\\_humor\\_1921\\_cgag\\_229.html](http://www.tebeosfera.com/numeros/buen_humor_1921_cgag_229.html)

<sup>14</sup> *Buen Humor*. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0004849326&lang=en>. Consultado el 25 de septiembre de 2019.

Coincidiendo con el periodo de la Segunda República (1931-1936) apareció en Cataluña el semanario satírico *Be Negre*<sup>15</sup> (Oveja Negra), muy ligada a la también revista catalana *Papitu*, ya que su creador, Josep María Planes, había colaborado previamente con la otra publicación. A pesar de simpatizar con las políticas catalanistas progresistas de Acció Catalana, partido donde militaba el propio Planes, el semanario mostró una línea editorial implacable contra todo tipo de políticos e ideologías, incluida la propia Acció Catalana. De hecho, Planes fue asesinado por un comando anarquista en 1936 debido a las críticas que le lanzaba la revista por su extrema violencia. A pesar de ser publicada en un periodo de mayor libertad de expresión y bajo un gobierno democrático, *Be Negre* sufrió un sinnúmero de artículos censurados, retirada de ejemplares e incluso la suspensión en 1935 que obligó a Planes a huir a París por el riesgo de detención. *Be Negre* también fue muy crítica a nivel internacional, denunciando la escalada belicista previa a la Segunda Guerra Mundial.

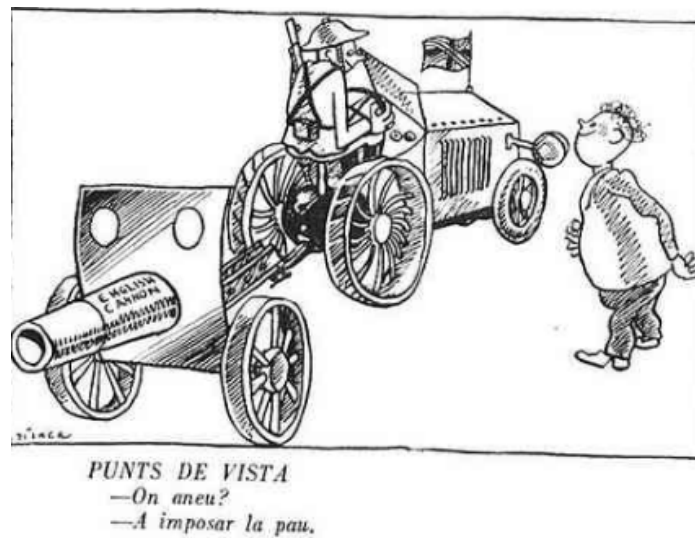
---

<sup>15</sup> *Be Negre*.

[prensahistorica.mcu.es/es/consulta/registro.cmd?formato=ficha\\_comprende&id=6075](http://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/registro.cmd?formato=ficha_comprende&id=6075).

Consultado el 25 de septiembre de 2019

**Imagen nº 10. Viñeta en *Be Negre*. Nº 218, 28/10/1935**



**Leyenda: PUNTOS DE VISTA**

-¿A dónde vas?  
-A imponer la paz

**Fuente:**

[prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros\\_por\\_mes.cmd?idPublicacion=6075&anyo=1935](http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?idPublicacion=6075&anyo=1935)

Aquí vemos una contradicción enorme que ha acompañado siempre a las guerras, la de conseguir la paz mediante el uso de la violencia. La viñeta lo refleja mediante un soldado que habla de paz mientras transporta un cañón militar. La contradicción entre ambos términos es tan evidente y notable que resulta muy propicia para la comedia.

Pero entre las revistas satíricas también hubo lugar para algunas de corte conservador ya en tiempos de guerra. Este es el caso de *La Ametralladora*<sup>16</sup>, que, aunque originalmente nació como un “Semanario de soldados”, como citaba su subtítulo, enseguida se convirtió en una revista de humor fascista al servicio de Franco. Las viñetas humorísticas y las historietas cómicas venían

<sup>16</sup> *La Ametralladora*. [tebeosfera.com/publicaciones/trinchera\\_la\\_ametralladora\\_la\\_1937\\_depp](http://tebeosfera.com/publicaciones/trinchera_la_ametralladora_la_1937_depp). Consultado el 25 de septiembre de 2019.

acompañadas de noticias sobre el frente, textos propagandísticos y consejos del ideario del Movimiento Nacional. A partir del número 37 giró su humor hacia la vanguardia intelectual bajo la dirección de Miguel Mihura sirviendo como antecedente tanto en temática como en estilo a *La Codorniz*. La revista apenas duró dos años, naciendo en 1937 y siendo cerrada el 1 de abril de 1939, día que finalizó la Guerra Civil.

**Imagen nº 11. Portada de *La Ametralladora*. Nº 26, 25/07/1937**



**Leyenda:** -*La miliciana: “vengo a decirle que hoy no puedo venir a la guerra porque mi marido ha tenido un hijo...”*

**Fuente:** [tebeosfera.com/numeros/trinchera\\_la\\_ametralladora\\_la\\_1937\\_depp\\_26.html](http://tebeosfera.com/numeros/trinchera_la_ametralladora_la_1937_depp_26.html)

En portadas como estas vemos el modo en que ridiculizaban al ejército republicano como medida propagandística a favor del autodenominado Movimiento Nacional. Este ejemplo muestra que la sátira conservadora también ha tenido gran importancia, aunque suela ser menos habitual, y que en periodos de gran beligerancia el humor servía como un instrumento propagandístico más



como otro cualquiera. En este caso, utilizan el absurdo para ridiculizar que en el frente republicano combatieran las mujeres como si fuera el mundo al revés. Ello lo muestran con un imposible, una mujer diciendo que no puede ir a la guerra porque su marido ha tenido un hijo. Con ello, tratan de señalar tanto que los soldados hombres son poco valerosos como que las mujeres tendrían actitudes más andróginas. Salvo por el aspecto tan grotescamente machista, este tipo de humor no dista demasiado del de hoy en día y podría encontrarse su equivalencia fácilmente en entornos actuales lejos de los conflictos bélicos.

### **2.3.2 Viñetas durante el franquismo y la Ley de Prensa de 1966**

La llegada del General Francisco Franco al poder suprimió cualquier tipo de sátira política que atacara o confrontara al Régimen o el modo de vida que predicaba. En abril 1938, con la Guerra Civil aún activa y el gobierno de la II República en vigor, Ramón Serrano Suñer promulgó una nueva ley de prensa aplicable a la zona sublevada con la intención de evitar la prensa de zona republicana y con el principio fundamental de que, como su propia redacción explica, “la prensa ha de servir al Estado” (Bel Mallén, 1990). En su artículo 1, la ley señala que “Corresponde al Estado la organización, vigilancia y control de la institución nacional de la Prensa periódica”. Este enfoque de la prensa como instrumento de propaganda al servicio del régimen era parecido al de otros países de la época, tantos fascistas como comunistas.

La ley instauró diversos mecanismos de control efectivo muy rígidos que tuvieron una importante repercusión posterior (Yanes, 2005). Todo ello provocó que en la primera mitad del franquismo las cabeceras permitidas sobrevivieron con un humor “blanco” de poca conexión con la realidad social.

El concepto de humor gráfico ha sido, por lo general, un asunto analizado con herramientas distantes de la ortodoxia científica (Barrero, 2008). Este proceso se ha dado hasta tal punto que incluso en la actualidad sigue existiendo una falta de acuerdo en su descripción. En la prensa escrita ha sido considerado y estudiado, de manera general, como un género más propio de las páginas editoriales que del mundo informativo. Mientras que, en la Academia, los creadores han elegido el empleo de las expresiones “dibujo satírico”, “chiste gráfico” o “caricatura” haciendo del concepto “humor gráfico” una noción en desuso. No será hasta comienzos del siglo XXI, cuando de la mano de José Antonio Llera (2003) asistamos a una revitalización del mismo. Para este autor se trata en definitiva de *“una potencial suma interactiva de signos verbales y signos icónicos en régimen de coexistencia dentro del espacio simbólico de la viñeta”* (pp. 90), es decir, de un tipo de género periodístico que, mediante el uso de códigos visuales y lingüísticos, desarrolla y comunica un determinado mensaje con ánimo de comicidad. Es por ello que compartimos la opinión de Carlos Abreu (2000) cuando indica que las expresiones anteriores no son más que subgéneros o “ramificaciones” del concepto de humor gráfico anteriormente mencionado.

Como señala Luis Carandell (1992, pp. 10), *“en todos los periódicos del mundo se publican chistes, entendiendo chiste como humor gráfico”* pero es en España, por su tradición política y el esplendor del humor gráfico en la Transición, cuando estas ilustraciones “adquieren el rango de un editorial del periódico”. Esto explica la importancia de las viñetas y de su estudio pues, como aclara Manuel Piedrahita (1993, pp. 64), tienen *“en muchos casos, mayor captación que un editorial”*. Opinión compartida por el inglés Fraser Bond (1974),

quien ve en las viñetas un modo de exposición del punto de vista del periódico de forma gráfica.

Nacida apenas dos años después de la Guerra Civil, *La Codorniz*<sup>17</sup> ha sido una de las revistas de humor más importantes en España. Fundada y dirigida por Miguel Mihura, tenía periodicidad semanal y en sus páginas se mostraba un humor innovador, surrealista, absurdo y desconcertante que provocó irritación y entusiasmo irreprimible por partes iguales<sup>18</sup>.

Por sus páginas han pasado algunas de las firmas más ilustres del humor del siglo XX en España como Mingote, Gila, Chumy Chúmez, Rafael Azcona, José Luis Coll, Máximo o el propio Miguel Mihura. También fue notable la negativa a colaborar de Camilo José Cela por no coincidir con el humorismo que deseaba Mihura, o Francisco Umbral, al que se le rechazó su ingreso en el semanario.

*La Codorniz* dejó de publicarse en 1978 tras 1898 números. Según la crítica de la época, el declive y desaparición de la revista fue debido a su falta de adaptación al cambio de la sociedad de su tiempo. Su humor experimental e inteligente no siempre contó con los colaboradores adecuados y la falta de una disciplina intelectual por parte de sus directores abrió la puerta a miles de interpretaciones individualizadas y carentes de orientación adecuada para el proyecto.

Sin embargo, como señala Cristy G. Lozano (2014), *La Codorniz* practicó, desde su inicio, un humor blanco, descomprometido, que fue evolucionando hacia un humor más mordaz y una crítica muy suave, pero nunca llegó a poner en duda al régimen franquista ni a criticar la figura del dictador. Mihura, como

---

<sup>17</sup> La Codorniz. [hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0005582833&lang=es](http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0005582833&lang=es). Consultado el 1 de octubre de 2019

<sup>18</sup> <http://www.ciberniz.com/codorniz.htm>. Enlace caído.

figura adepta y aceptada por el régimen, consiguió que sus chistes fueran vistos con buenos ojos por las autoridades censoras.

Más que sátira a nivel político, *La Codorniz* hizo una crítica mordaz e irónica sobre la sociedad, los oficios, las relaciones amorosas o el deporte. Fue una revista transgresora más en la forma que en el fondo, en lo social pero no en lo político, consiguiendo, de alguna manera, deslindar ambos aspectos. Fue la primera en hacer una caricatura de un político con Manuel Fraga acunando su recién nacida Ley de prensa en 1965. Sin criticar frontalmente al régimen, al menos aplaudía con ingenio y audacia las reformas que se fueron llevando desde la década de los sesenta para modernizar el país.

**Imagen nº 12. Portada de *La Codorniz*. Nº 1255, 05/12/1965**



**Fuente:** <https://www.alamy.es/portada-de-la-revista-satirica-la-codorniz-del-5-de-diciembre-de-1965-a-proposito-de-la-nueva-ley-de-prensa-ubicacion-coleccion-privada-madrid-image226519353.html>

El debate abierto al que siempre se ha enfrentado *La Codorniz*, y muchos otros actores del franquismo, es si su actitud blanca y no ofensiva contra el régimen era una connivencia con la dictadura o una tabla de supervivencia para, al menos, seguir publicando. *La Codorniz* no atacaba directamente al régimen, pero si a muchos de los valores que defendía. Aunque no disparase contra el poder, lanzaba cargas submarinas entre la población para imbuirles un espíritu crítico, mordaz y reflexivo sobre la situación del momento que sirvió como germen de una generación que nació hambrienta de libertad. Que Fraga acunara la nueva ley como un recién nacido en una posición amable y con globos de celebración venía a significar el aplauso con el que los responsables de la revista recibían su aprobación.

El trato que dio a la mujer, sin embargo, fue más ambiguo. Por un lado, criticaba el modelo burgués de esposa florero sucintado por el régimen, pero lo hacía de una manera machista perdurando modelos de comportamiento discriminatorios. En lo que se refiere al papel de la mujer ama de casa o esposa de obrero, se filtraba un apoyo y difusión de su imagen que quedaba fuera de la situación habitual, aunque poco agresiva en sus convicciones. En este texto del ejemplar del 5 de diciembre de 1945 la revista se burla de las “solteronas” que invierten su tiempo en labores absurdas (Lozano, 2014, pp. 27):

*“Cuando una mujer llega a los treinta años se siente sobrecogida por una sensación de pánico porque sospecha que de esa edad en adelante no le será permitido ser ingenua, voluble, indecisa, desordenada (...). Ante ella, se abre un camino lleno de deberes y de razonamientos. Se da cuenta de que su juventud ha terminado y se dedica a regar los tiestos del balcón y a ordenar a las criadas que todos los jueves por la tarde, de 4 a 5, limpien los dorados con sidol (...). Pero al llegar a los setenta años, comprende que regar los*

*tiestos es una tontería (...) y empieza a reunirse con otras señoras de su edad en torno a una camilla con brasero. Pero además de dedicarse a dar suspiros se dedicaban también a hacer obras de caridad y, por las tardes, se reúnen todas para hacer un jersey de punto de color rosa con la intención de regalárselo a un señor pobre”.*

Bajo el lema de “La revista más audaz, para el lector más inteligente”, *La Codorniz* durante los años 60 aumentó su osadía con varios especiales, como el 1406 (Imagen nº 13) en el que la portada ofrece la perspectiva del Consejo de Ministros desde el sillón de Franco, que irónicamente es sustituido por el lector. Ello podría significar el debilitamiento del régimen del dictador y que la reciente Ley de prensa daría mayor poder y protagonismo en cuanto a las decisiones en el futuro de España. El ciudadano, al leer revistas como *La Codorniz*, adquiriría un conocimiento y criterio sobre la actualidad política y social del país que le acabaría empoderando de cara a un próximo cambio en el régimen franquista.

**Imagen nº 13. Portada de *La Codorniz*. Nº 1406, 28/10/1968**



**Fuente:** [tebeosfera.com/numeros/codorniz la 1941 rivadeneyra la vanguardia 1406.html](http://tebeosfera.com/numeros/codorniz%20la%201941%20rivadeneyra%20la%20vanguardia%201406.html)

La temática sobre la inmoralidad, el uso de la píldora o la vida sexual hizo que recibiera diversas multas durante los sesenta. Incluso corrió el rumor de que, amenazados por el cierre, *La Codorniz* publicara un ripio sobre lo poco que les importaba que les secuestraran la edición.

La revista, que en los sesenta arrancó con una tirada de 35.000 ejemplares semanales (Villena, 1998), llegó a tener extraordinarios mensuales con más de 200.000. Sin embargo, la decadencia física de Fernando Perdiguero, entonces director, y el recreo en su propia fama hicieron que la calidad de la publicación cayera en cierta mediocridad. A ello se le unió en 1972 la aparición de *Hermano Lobo*, un semanario de humor más moderno, ágil y adaptado a la realidad de la España tardofranquista (Prieto y Moreiro, 1998).

Se puede concluir que en una época en la que la sátira política era impensable, ejercieron una crítica mordaz a muchos de los valores sociales establecidos por el poder, lo cual constituyó en sí un efecto de contrapoder más ideológico que político.

*Hermano Lobo* fue fundada en 1972 por Ángel García Pintado y Chumy Chúmez inspirada en la revista francesa *Charlie Hebdo*. Tenía periodicidad semanal y en seguida consiguió un gran éxito de lectores. La revista surgió por una multa de suspensión de varios meses que le hicieron a *Triunfo* para poder sufragar los gastos y que la plantilla continuara trabajando.

Por sus páginas han pasado las firmas de Manolo Summers, Ops (*El Roto*), Gila, Quino, *Perich*, *Forges*, Francisco Umbral o Manuel Vincent. Como el propio Chumy Chúmez explicó, parafraseando a Ortega y Gasset, el chiste era una metáfora ilustrada que, además añadió, debía ser graciosa, pues si no lo era los lectores de la revista se irritan con el autor y la publicación<sup>19</sup>. Así pues, el director de la revista ya daba con una de las claves para una correcta sátira política, además de constructivo e ideológico, el chiste ha de ser gracioso para servir como herramienta persuasiva.

*Hermano Lobo* pronto superó a *La Codorniz* como semanario de referencia aprovechando la decadencia de esta revista en sus últimos años. Conectaba más con un público joven en unos años finales del franquismo de gran agitación.

Sin embargo, la combatividad de la revista hizo que su potente llama durara poco. Tras innumerables polémicas, cerró en 1976 con un memorable último número en el que citaron sus famosas siete preguntas:

“¿Para cuándo la verdadera libertad sindical?  
¿Para cuándo la verdadera libertad de reunión?

---

<sup>19</sup> Hermano Lobo. [www.hermanolobodigital.com/titulo.php](http://www.hermanolobodigital.com/titulo.php). Consultado el 25 de septiembre de 2019.



¿Para cuándo la verdadera libertad de asociación?  
¿Para cuándo la verdadera libertad de expresión?  
¿Para cuándo la amnistía?  
¿Para cuándo los estatutos de autonomía?  
¿Para cuándo la democracia?  
Y el Lobo responde: ¡HASTA LA RUPTURA, SI DIOS QUIERE!"

**Imagen nº 14. Portada de *Hermano Lobo*. Nº 169, 02/10/1975**



**Fuente:** [todocoleccion.net/comics/hermano-lobo-n-169-semanario-humor-dentro-lo-que-cabe-2-agosto-1975-ma-b-62~x63558644](http://todocoleccion.net/comics/hermano-lobo-n-169-semanario-humor-dentro-lo-que-cabe-2-agosto-1975-ma-b-62~x63558644)

Como ya sucede con otros clásicos del ensayo español como *Vuelva usted mañana* (1833) de Mariano José de Larra o *La rebelión de las masas* (1929) de José Ortega y Gasset, que a día de hoy siguen vigentes explicando la realidad actual de la situación política y social de España como si nada hubiera cambiado, las portadas de *Hermano Lobo* también muestran con inusitada atemporalidad la realidad de la España presente. El periódico digital *eldiario.es* hacía en 2012 un repaso de las portadas de *Hermano Lobo* que, aunque sean de hace cuarenta años, podrían salir a los quioscos cualquiera de estos días y apenas se notaría la diferencia (*eldiario.es*, 2012).

Imagen nº 15. Portada de *Hermano Lobo*. Nº 29, 25/11/1972



Fuente: [tebeosfera.com/numeros/hermano\\_lobo\\_1972\\_pleyades\\_29.html](http://tebeosfera.com/numeros/hermano_lobo_1972_pleyades_29.html)

En el número 29 de 1972 se ironizaba sobre la situación política del momento en la que los poderes económicos asumían el control de las instituciones. En aquella época no había democracia, pero se adivinaba que el día que acabara el franquismo, por mucho que se hablara de democracia tampoco lo sería. Es un debate que no se ha interrumpido en las últimas décadas y que en la actualidad se encuentra más activo que nunca.

La portada del número 169 de *Hermano Lobo* también ha pervivido inerte al paso del tiempo. En la actualidad, el paralelismo es milimétrico. Frente a la aparición de nuevas formaciones políticas que piden una actualización de la Constitución, fundamentalmente Podemos, el PP responde que eso provocaría el caos. Los votantes deciden entonces que prefieren el caos. Esta situación encontraría un paralelismo con la primera legislatura de Rajoy.

Imagen nº 16. Portada de *Hermano Lobo*. Nº 153, 12/04/1975



Fuente: [tebeosfera.com/numeros/hermano\\_lobo\\_1972\\_pleyades\\_153.html](http://tebeosfera.com/numeros/hermano_lobo_1972_pleyades_153.html)

En 1975, cuando se publicó esta portada del número 153, meses antes de que Franco muriera, la libertad de expresión y los derechos civiles no estaban contemplados en la Constitución y denunciarlo era más arriesgado aún. Sin embargo, tanto las popularmente conocidas como “Ley Corcuera” de 1992 y “Ley Mordaza” de 2015, de PSOE y PP respectivamente, han reavivado el debate estos años sobre los límites a la libertad de expresión y manifestación y los derechos de los acusados.

Imagen nº 17. Portada de *Hermano Lobo*. Nº 139, 04/01/1975



Fuente: [tebeosfera.com/numeros/hermano\\_lobo\\_1972\\_pleyades\\_139.html](http://tebeosfera.com/numeros/hermano_lobo_1972_pleyades_139.html)

Y, por supuesto, el paro. Drama perenne de la economía española que cada década ha tenido que enfrentarse a una gran crisis llevando a millones de trabajadores al desempleo. En esta viñeta de 1975 se alude, además, al maquillaje o “cocina” con el que el INE analiza los datos, que se puede apreciar en las diferencias entre el paro registrado según el INEM y la Encuesta de Población Activa del INE (Navas, 2014).

Analizando estas portadas podemos comprobar que *Hermano Lobo*, aunque compartía gran cantidad de colaboradores con *La Codorniz*, tuvo un planteamiento y línea editorial mucho más agresivos políticamente. En las portadas de *Hermano Lobo* podemos hablar de auténtica sátira política, enfrentándose abiertamente a la situación social del momento con humor, ingenio y reflexión. La crítica en *La Codorniz* quizá fuera más filosófica,

costumbrista, incluso puede que muchos consideraran sus chistes más divertidos, pero la diferencia con *Hermano Lobo* era que su objetivo era puramente el de entretener. *Hermano Lobo* apareció en 1972 y enseguida consiguió un gran éxito de tirada gracias al público más joven que en aquellos años anhelaba tiempos de cambio y libertad.

### **2.3.3 El humor en la transición política a la democracia: las viñetas**

En lo referente a la relación del humor con los cambios socio-políticos encontramos con tres tipos de entornos:

- 1- Restricción de libertades: periodos como la dictadura de Franco. La crítica al poder se restringe y el humor actúa como bálsamo social.
- 2- Democracia con baja conflictividad social: el humor sirve como válvula de escape y diversión, pero no se entiende que tenga capacidad persuasiva. Puede incluso reducir la tensión y que la sociedad acabe aceptando las circunstancias, sirviendo entonces para los mismos fines que el poder.
- 3- Democracia y redes sociales: se abre el debate político a la ciudadanía y el humor se convierte en una herramienta comunicativa eficaz.

Tras la muerte de Franco en 1975 España vivió una serie de grandes cambios en pocos años que incluyeron a los medios de comunicación y la sátira. Durante la transición el protagonismo del humor político lo siguieron manteniendo las revistas cómicas, pero con un estilo diferente al de épocas anteriores. La llegada de la libertad de expresión y la derogación de la Ley de Prensa de 1966 permitió empezar a hablar de temas nuevos que hasta la fecha resultaba difícil tratar. Dibujantes como *Forges*, *Peridis* o revistas como *El Jueves* o *El Papus* fueron

grandes protagonistas y se han mantenido algunas de ellas durante varias décadas como referentes del humor gráfico nacional.

Sin embargo, en nuestro estudio hemos apreciado el distinto nivel de sátira en general durante este periodo democrático y el desarrollado a partir de 2011 con la llegada de Rajoy al poder y la difusión de las redes sociales. La crítica social entonces servía más como válvula de escape para apaciguar y mantener la calma durante periodos de restricción de libertades de expresión y conflictividad. Es a partir de 2011 cuando diferentes medios utilizan el humor como herramienta de contrapoder y persuasión política. Revistas como *El Jueves*, que han vivido ambos periodos, han pasado por diferentes etapas e incluso en cortos periodos -a veces una semana-, la portada pasaba de ser muy agresiva a una broma más suave sobre algún tema de actualidad. Sin embargo, es la situación general de la sociedad la que ha generado que el trato de diferentes temas en diferentes etapas conlleve una mayor conflictividad y polémica que en otras. No es lo mismo que *El Jueves* critique la monarquía en los años noventa cuando la Casa Real gozaba de una buena imagen por parte de la población que a partir de 2010, cuando se multiplicaron las polémicas alrededor del Rey Juan Carlos I y la Infanta Cristina.

Como señala Ramón Reig (2008), existen dos tipos de mensajes a nivel periodístico: el coyuntural, que informa sobre la actualidad diaria sin entrar en sus razones anteriores, y el estructural, que defiende el orden establecido. Reig considera que frente a unos medios como la televisión o los periódicos que no cuestionan el statu quo, ciertas revistas y dibujantes satíricos sí han trascendido a través del humor en su crítica como alternativa al mensaje hegemónico. El autor afirma que, en las viñetas de *El Roto*, *Forges* o la revista *El Jueves* se ha

cuestionado a instituciones tan poderosas como la Casa Real o el mismísimo sistema financiero a un nivel que el periodismo tradicional no ha llegado. Son estas viñetas las que han permitido al ciudadano conocer y comprender las causas últimas de los problemas sociales que se suceden frente a unos medios de comunicación poco transgresores, a pesar de que tanto *El Roto* como *Forges* publiquen sus viñetas en uno de esos medios, *El País*. Diez años después, de nuevo Reig y Mancinas-Chávez (2018) escriben sobre el mismo tema apuntando a que ese mantenimiento del status quo por parte de la prensa tradicional no solo ha perdurado, sino que se ha intensificado con la mejora de la economía, restando aún más espacio a los mensajes y opiniones discordantes. Los autores recalcan que el periodismo de viñeta se ha convertido en más transgresor todavía al ser de los pocos espacios donde se cuestiona el sistema actual de la economía de mercado.

Francesc Salgado (2017, pp. 129) afirma que “durante la Transición una parte de la prensa emergente como *El Papus* y *El Jueves* utilizaron el humor como un arma informativa e innovadora para promover con destacable repercusión social una visión sarcástica de la deriva social y política española”. El autor apunta que ambas revistas satíricas aportaron su particular crónica del periodo enfrentándose a la versión institucional que daban los políticos y medios afines al poder. Se trata de una posición de disidencia o “desencanto” que rompe con la visión tradicional que se dio del periodo de consenso en torno a la Constitución.

Vamos a hacer un recorrido sobre algunas de las revistas y los dibujantes más importantes de la democracia y su contribución a la sátira española durante las últimas décadas.

### 2.3.3.1 Los autores

Antonio Fraguas de Pablo, *Forges* (1973 – 2018), nació en 1942 y desde los treinta y un años se dedicó profesionalmente al humor gráfico. Durante el tardofranquismo y la transición dibujó para *Hermano Lobo*, *Por Favor*, *El Jueves* y otras revistas y publicaciones. A partir de 1982 comenzó a firmar diariamente el chiste editorial en *Diario 16* y posteriormente en *El Mundo*. A partir de 1995 hasta su muerte en 2018 dibujó en *El País*<sup>20</sup>. Aunque hasta ahora hemos hablado de cabeceras donde firmaban distintos dibujantes, *Forges* ha tenido y tiene tanta repercusión como artista satírico que requiere un estudio personalizado sobre su obra, resultando llamativo el escaso número de investigaciones realizadas sobre su figura y obra, a pesar del gran protagonismo que tuvo durante su carrera.

Imagen nº 18. Viñeta en *El País*, 01/10/2012



Fuente: [elpais.com/elpais/2012/09/30/vinetas/1349019966\\_261427.html](http://elpais.com/elpais/2012/09/30/vinetas/1349019966_261427.html)

<sup>20</sup> Forges. [www.forges.com/bio/#antonio-fraguas-de-pablo](http://www.forges.com/bio/#antonio-fraguas-de-pablo). Consultado el 25 de septiembre de 2019.



Como humorista, periodista y cronista de la actualidad ha sido una referencia diaria para millones de españoles. Con su estilo costumbrista y ácido pasó más de cuarenta años analizando la actualidad política y social española e internacional.

**Imagen nº 19. Viñeta convertida en sello de Correos, 13/10/2014**



**Fuente:** [huffingtonpost.es/2014/10/13/sello-forges\\_n\\_5976244.html](http://huffingtonpost.es/2014/10/13/sello-forges_n_5976244.html)

*Forges* es uno de los humoristas españoles que mejor ha sabido mezclar el gag inteligente, preciso y comprometido con una visión de la actualidad sencilla y cercana a la mayoría de ciudadanos. No es raro encontrar en zonas de trabajo y oficinas viñetas recortadas de *Forges* en las que se hace mención a todo tipo de oficios. El dibujante ha sabido encontrar en gran número de ocasiones el punto de conexión preciso sobre temas y profesiones ajenas a su oficio con las que ha conseguido empatizar con la población. Como ejemplo, aquí tenemos una viñeta que una gran cantidad de profesionales de la sanidad pública en España tienen colgada en su centro de trabajo y que describe la situación que para muchos padece el propio sistema de salud, en donde la saturación de pacientes unido a los recortes ha provocado un colapso a la hora de dar una

atención especializada y de calidad. *Forges* se solidariza aquí con los médicos y enfermeras como si fueran ellos los propios pacientes por culpa de un sistema enfermo.

**Imagen nº 20. Viñeta recuperada por *ConSalud*, 22/02/2018**



**Fuente:** [consalud.es/lupa-sanitaria/los-politicos-sanitarios-conmovidos-por-la-muerte-del-dibujante-forges\\_47397\\_102.html](http://consalud.es/lupa-sanitaria/los-politicos-sanitarios-conmovidos-por-la-muerte-del-dibujante-forges_47397_102.html)

Pero, en su intento por cultivar, comprometer y mejorar la sociedad, también ha buscado siempre que los españoles sean capaces de empatizar con causas lejanas o desastres internacionales a los que los medios han dejado de dar cobertura pasado el tiempo, como con el terremoto de Haití, que se llevó la vida en 2010 de cientos de miles de personas pero que a las pocas semanas quedó olvidado para la mayoría de medios. *Forges* ha estado años incluyendo en sus viñetas un “*Pero no te olvides de Haití*” para que en España se recuerde que, por muy dura que haya sido la crisis económica, hay otras partes del mundo donde la tragedia es aún mayor, criticando a su vez la falta de interés de los medios de comunicación por las causas humanitarias pasadas las primeras semanas.

Otro aspecto clave en su obra es el particular lenguaje que emplea en sus viñetas, mezclando el humor costumbrista y sencillo con palabras cultas o incluso neologismos propios de la casa. Muchas veces escribe las expresiones tal y como la gente las pronuncia, como en el típico “mecagüen” o derivaciones de palabras poco utilizadas como la que veíamos arriba “venir exclamado”. También son célebres sus juegos de palabras, como el de la viñeta que Correos (Imagen nº 19) eligió para convertir en sello como tributo a su carrera profesional.

**Imagen nº 21. Viñeta en *El País*, 25/02/2009**



Fuente: [elpais.com/diario/2009/02/25/vinetas/1235516404\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2009/02/25/vinetas/1235516404_850215.html)

En el plano de la sátira política, *Forges* ha sido especialmente crítico con la clase dirigente, los grandes núcleos de poder, la escasa cultura democrática de los españoles o la “laxitud moral” frente a la corrupción y el mal uso de las arcas públicas. En esta viñeta podemos ver una escena repetida hasta la saciedad en España, un político acusado de corrupción denuncia que todo es una conspiración contra él, cuando en realidad las pruebas demuestran lo contrario. Un alegato contra la indecencia moral tan presente en la esfera pública en España en las últimas décadas.

*Forges* no usa el humor como mero entretenimiento, sino que trata de generar una reflexión en el lector. La intención no es sólo divertir ni buscar la carcajada, sino un proceso racional que desmonte mensajes políticos, se oponga a lugares comunes o frases recurrentes y sirva como herramienta de contrapoder. Pero además sus viñetas tienen un componente constructivo. No solo busca criticar o desmontar argumentos políticos, también trata de mejorar a la sociedad y ciudadanía a través del humor, sabiendo que los preceptos morales y éticos pueden calar más en el espectador si están debidamente envueltos en piezas cómicas. Utiliza el humor como herramienta de persuasión, política, ética y social.

José María Pérez González, *Peridis* (1976 – actual), nació en Cantabria en 1941 y se licenció en arquitectura en 1969 en Madrid. Compaginó su labor como arquitecto con la de dibujante satírico, publicando sus viñetas en el País desde 1976 hasta la actualidad. También ha sido presentador de programas de televisión culturales en TVE relacionados con su labor como arquitecto.

Amigo de *Forges* desde sus inicios, la carrera de *Peridis* como dibujante se ha desarrollado de manera bastante pareja a la del autor madrileño. Si bien no ha cosechado el mismo reconocimiento que Fraguas, también ha sido un importante analista satírico de la actualidad social y política española durante más de cuarenta años.

Su estilo comparado con el de *Forges* es más narrativo y cuenta con elementos diferentes. Por un lado, aunque empezó en blanco y negro, en la actualidad suele colorear algunas partes de sus dibujos. Además, no necesariamente toda la acción transcurre en una única viñeta, sino que a veces usa tres o cuatro para contar su historia, acercándose más al formato de cómic.

También encontramos con una temática algo diferente a la de *Forges*. Si bien este utilizaba personajes anónimos y relataba la actualidad política y social desde el punto de vista del ciudadano, *Peridis* suele realizar caricaturas de políticos y personajes importantes reales. Mientras que *Forges* se dedicaba a mostrar cómo afectaban las medidas políticas a la sociedad y se convertía en un referente del humor sobre diferentes profesiones, *Peridis* mostraba los entresijos, pensamientos y diálogos inesperados que habrían de ocurrir de puertas a dentro, la “intrahistoria” de la política española.

**Imagen nº 22. Viñeta en *El País*, 20/06/2011**



**Fuente:** [elpais.com/diario/2011/06/20/vinetas](http://elpais.com/diario/2011/06/20/vinetas)

En esta viñeta de 2011 vemos a Rajoy antes de llegar al gobierno tumbado en su sillón enorgulleciéndose de una de las tácticas que luego más ha utilizado durante su mandato, la de “no hacer nada” y dejar que los demás se castiguen entre ellos. En este caso, se alegra de que el entonces presidente del gobierno,

Rodríguez Zapatero, aprobara una polémica reforma laboral más acorde al ideario político del PP que del PSOE sin tener que desgastarse de cara a la opinión pública.

Imagen nº 23. Viñeta en *El País*, 03/08/2005



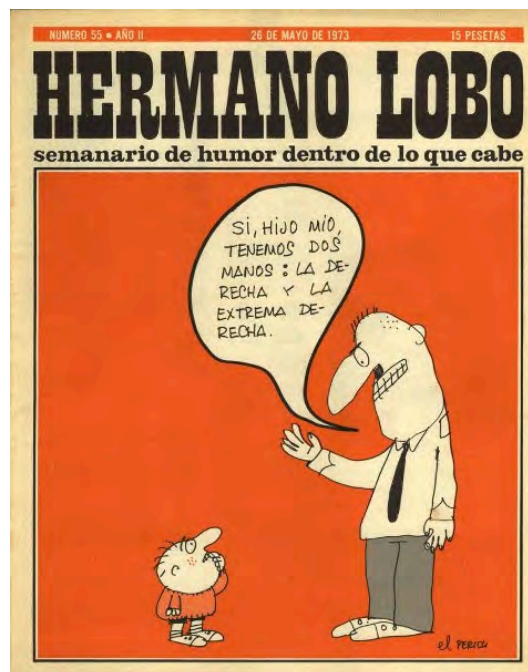
Fuente: [elpais.com/diario/2005/08/03/vinetas](http://elpais.com/diario/2005/08/03/vinetas)

En esta otra de 2005 vemos un diálogo a través de cuatro viñetas en la que Tourinho y Fraga discuten sobre el gobierno de la Xunta de Galicia. El humor de *Peridis* no mantiene una estructura clásica con un remate final que cierra el chiste, sino que elabora diálogos entre los personajes caricaturizados para verbalizar lo que piensan. La comicidad no está tanto en el clímax final sino en la propia caricaturización de los protagonistas.

Jaume Perich Escala, *Perich* (1966 – 1995) nació en Barcelona en 1941 y fue escritor, dibujante y humorista, a la vez que también trabajó como traductor de

series francesas como *Astérix el Galo*, *El Teniente Blueberry* y *Aquiles Talón*, entre otras<sup>21</sup>. En 1964 fue contratado como redactor en la editorial Bruguera y dos años después publicó su primera viñeta en diarios como *La Soli*, *El Correo Catalán*, *La Vanguardia* y *El Periódico de Cataluña*. También colaboró en la producción de la revista *Bang!* y en 1970 escribió *Autopista*, un compendio de pequeños chistes y juegos de palabras con cierto tono político publicados en diferentes periódicos que llegó a ser el libro más vendido del año.

**Imagen nº 24. Portada de *Hermano Lobo*. Nº 55, 26/05/1973**



**Fuente:** [tebeosfera.com/numeros/hermano\\_lobo\\_1972\\_pleyades\\_55.html](http://tebeosfera.com/numeros/hermano_lobo_1972_pleyades_55.html)

Fue uno de los fundadores de *Hermano Lobo* y después desarrolló con Manuel Vázquez Montalbán la revista *Por Favor*. Entre otros medios también publicó en *Muchas Gracias* y en la revista *El Jueves*.

<sup>21</sup> Perich. <http://museodelhumor.es/el-perich/>. Consultado el 25 de septiembre de 2019.

**Imagen nº 25. Viñeta recuperada por Museo del Humor.**



**Fuente:** <http://museodelhumor.es/el-perich/>

El estilo de Perich se caracterizó por un humor crudo y ácido en una época de gran cambio social y político, con una carga crítica poderosa y profunda que no se quedaba en la superficie, sino que atacaba las bases del poder y el sistema establecido, como en la viñeta anterior en la que acusa al capitalismo de ser la raíz primigenia de los problemas. En 1970 publicó su libro *Autopista*, con el franquismo y el nacionalcatolicismo aún presentes. Se trataba de una parodia evidente y ácida de *Camino*, la obra de Monseñor Escrivá de Balaguer, fundador del Opus Dei, que se saltó todas las censuras del régimen<sup>22</sup>. La obra de humor gráfico sirvió como parodia de la España de la dictadura y se convirtió en uno de los primeros libros que consiguió traer el humor político al gran público.

---

<sup>22</sup> [https://www.huffingtonpost.es/2012/09/17/autopista-el-perich-dibujos\\_n\\_1880395.html](https://www.huffingtonpost.es/2012/09/17/autopista-el-perich-dibujos_n_1880395.html).

17/09/2012



**Imagen nº 26. Viñeta recuperada por *Huffington Post*.**



**Fuente:** [huffingtonpost.es/2012/09/17/autopista-el-perich-dibujos\\_n\\_1880395.html](http://huffingtonpost.es/2012/09/17/autopista-el-perich-dibujos_n_1880395.html)

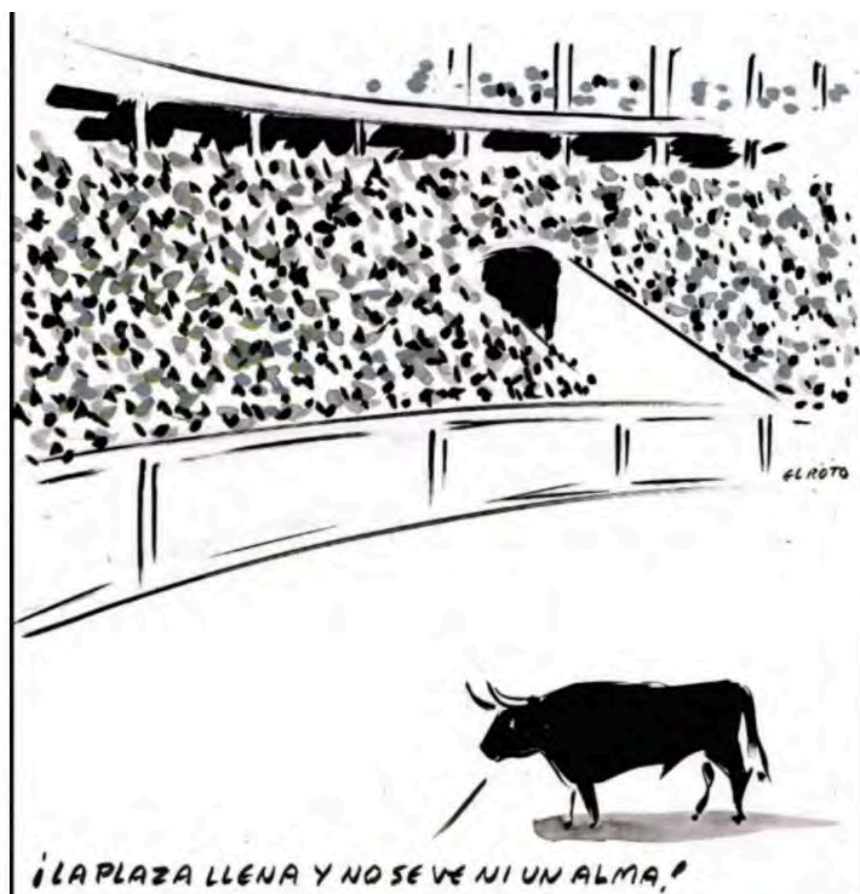
Como podemos observar en esta imagen anterior, Perich se burla de la figura del torero, ídolo de masas en España especialmente ensalzado durante el periodo franquista, llenando al toro de símbolos del dólar, dando a entender que mientras la institución vendía la fiesta nacional como un arte y emblema del país, el matador solo ve el dinero, la fama y el estatus social que conlleva dicho espectáculo. Esta viñeta, publicada en 1970 implica un gran valor y sobre todo un riesgo difícil de medir, puesto que pocas voces se veían capaces de criticar estamentos tan sólidos del franquismo como el toreo.

Andrés Rábago, conocido por *El Roto*, nació en Madrid en 1947 y ha dibujado para cabeceras tan importantes como *Hermano Lobo*, *La Codorniz*, *El Jueves*, *El Periódico de Cataluña* o, en la actualidad, en *El País*. Galardonado con el Premio Nacional de Ilustración en 2012 por “su visión crítica, poética, aguda e inteligente”<sup>23</sup>, mantiene un estilo oscuro, ácido y, en ocasiones, desesperanzador.

---

23 Fuente: [https://elpais.com/cultura/2012/10/18/actualidad/1350556084\\_915492.html](https://elpais.com/cultura/2012/10/18/actualidad/1350556084_915492.html)

Imagen nº 27. Viñeta en *El País*, 15/05/2019



Fuente: [cadenaser.com/ser/2019/05/15/sociedad/1557898703\\_389054.html](https://cadenaser.com/ser/2019/05/15/sociedad/1557898703_389054.html)

De hecho, *El Roto* no se refiere a sí mismo como un humorista, sino como un dibujante satírico, ya que, aunque emplea elementos propios del humor, su finalidad no es la de hacer reír, sino la de reflexionar. En la Imagen nº 27 podemos ver cómo usa un juego de palabras con el doble significado de la frase “no ver un alma” para criticar la falta de humanidad del público que acude a los toros. El texto es ingenioso y efectivo, pero más que provocar una sonrisa genera cierta desazón.

Imagen nº 28. Viñeta en *El País*, 06/11/2014



Fuente: [elpais.com/elpais/2014/11/06/vinetas/1415303046\\_770347.html](http://elpais.com/elpais/2014/11/06/vinetas/1415303046_770347.html)

En la imagen anterior *El Roto* hace una analogía visual entre el crecimiento de la corrupción año a año y el que se suele hacer a los niños en las paredes. El autor crea aquí una viñeta que contiene todos los elementos para generar hilaridad, ya que es ingeniosa y se entiende fácilmente. Sin embargo, es el propio estilo de dibujo el que cambia el tono para no quedarse en el chiste y se entienda su contexto reflexivo. Sus viñetas mantienen una línea existencialista sombría, mayoritariamente en blanco y negro y con claroscuros que marcan una línea de desazón y tristeza ante la realidad. El objetivo persuasivo y las herramientas empleadas son los mismos que los de la sátira cómica, lo que cambia es el entorno en el que transcurre dicha sátira y el distinto efecto que ello provoca en

el receptor. Esto ayuda a entender la importancia del contexto a la hora de entender e interpretar correctamente un chiste, llevado aquí hasta el extremo de seguir los mismos procesos que la comedia habitual, pero sin la búsqueda del efecto hilarante.

### **2.3.3.2 Las revistas**

Como señalan Guillamet y Salgado (2014), las revistas satíricas tanto en el periodo previo a la II República como en la Transición se vieron en gran medida condicionadas por la situación de la monarquía en España y contribuyeron notablemente a construir su imagen: la de Alfonso XIII satirizada hasta la crueldad y la de Juan Carlos I cuyo respeto roza la propaganda. Muchas de las publicaciones que nacieron durante la Transición o poco antes apenas duraron unos años ya que el debate político y social que generaban y que hasta aquel momento apenas existía fue recogido por partidos y organizaciones ciudadanas, haciendo que muchas revistas tuvieran una vida corta. Como señala Salgado (2017), a pesar del gran número de cabeceras que nacen durante este periodo, en 1978, apenas tres años después de la muerte de Franco, solo quedaban en el mercado dos semanarios satíricos sobre actualidad política, *El Jueves* y *El Papeo*, ambas editadas en Barcelona. *La Codorniz*, referencia durante décadas de las revistas satíricas, cerró definitivamente ese mismo año viniendo de una tirada media en sus últimos años de unos cincuenta mil ejemplares<sup>24</sup>. Uno de sus relevos, *El Papeo*, llegó superar en 1976 los doscientos mil ejemplares, ejemplificando el cambio de orden que se habría producido en la industria de las

---

<sup>24</sup> Datos recopilados por Francesc Salgado (2017) sobre los boletines de la Oficina de Justificación de la Difusión

viñetas. A su vez, *El Jueves* superó a *El Papus* a partir de 1980 aumentando la brecha año a año hasta que al final la segunda desapareció.

El semanario barcelonés *Por Favor*, creado en 1974 por José Ilario y apoyado por nombres muy conocidos que trabajaron en *Hermano Lobo* como *Perich*, *Forges* y Manuel Vázquez Montalbán (Vílchez, 2015) nació con una tirada inicial de más de cien mil ejemplares. La revista consiguió la colaboración de otros grandes dibujantes de renombre de la época como *Máximo* o el argentino *Quino* y un gran elenco de importantes firmas del momento. *Por Favor* fue la revista más comprometida políticamente de su época y ello le llevó a tener siempre problemas con la Ley de Prensa de 1966, que siguió vigente hasta 1977, provocándole numerosas sanciones y secuestros. Al poco tiempo de su estreno fue suspendida cuatro meses y durante ese periodo sus dibujantes siguieron publicando el semanario bajo el nombre de *Muchas Gracias*.

Imagen nº 29. Portada de *Por Favor*. Nº 118, 04/10/1977



Fuente: <https://journals.openedition.org/argonauta/2268?lang=es#tocto1n3>

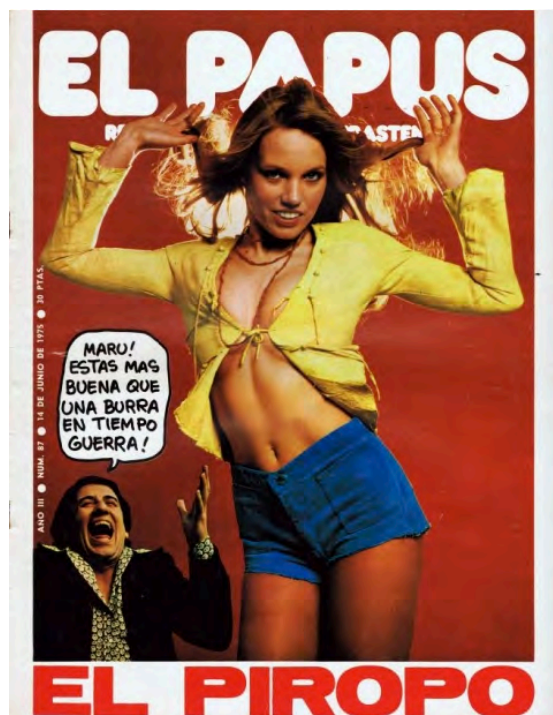
*Por Favor* fue una de las revistas que mejor compaginó una sátira política ácida e inteligente con una gran calidad literaria e interés por la cultura. Sin embargo, como apunta Gómez Mompart (2014), la revista se “autolimitó” en lo referente a la crítica al ejército y la monarquía para evitar mayores problemas de represión por parte del Estado. Con respecto a la iglesia, *Por Favor* optó por ridiculizarla para mostrar la enorme distancia entre la moral de las nuevas generaciones y el nacionalcatolicismo que la institución pretendía mantener.

La revista además vivió y participó en la época del *destape*, en la que multitud de medios mostraban el cuerpo humano desnudo (mayoritariamente el femenino) como crítica a la fuerte censura y represión política y sexual del franquismo. *Por Favor* utilizaba en ocasiones imágenes de mujeres desnudas o

en posiciones eróticas en sus portadas para mejorar el impacto y la venta de sus números entre sus clientes, principalmente varones (Lluch, 2014), que, además incluían un mensaje o crítica de actualidad. En 1975 pasó a ser editada por Garbo Ediciones hasta que en 1978 dejó de publicarse definitivamente.

Otro semanario también catalán de aquel periodo fue *El Papus*, creado por Xavier de Echarri en 1973. Bajo el lema “revista satírica y neurasténica”, contaba con el mismo equipo de redacción y colaboradores que *Barrabás*, creada un año antes (Vílchez, 2015). *El Papus* tenía un estilo más popular y callejero que *Por Favor* y un mayor empleo de la jerga popular de la época. Su estética era mucho más agresiva y provocadora, provocando también un sinfín de multas y sanciones que la llevaron a ser suspendida dos veces durante cuatro meses en 1975 y 1976.

**Imagen nº 30. Portada de *El Papus*. Nº 87, 14/06/1975**



Fuente: <https://journals.openedition.org/argonauta/2268?lang=es#tocto1n3>



*El Papus* junto con *El Jueves* mantuvo una posición discordante con las oficialistas (Salgado, 2017). Ambas rechazaban la España que se quería crear a partir de la Constitución y criticaban el supuesto consenso en torno a la Carta Magna que la prensa afín al poder trataba de mostrar. Aunque ninguna de las dos criticara abiertamente en dicho periodo a instituciones como las Fuerzas Armadas o la Corona, *El Papus* cuestionó la actuación policial y política en Euskadi cuestionando el concepto de “terrorismo” en referencia a ETA y tratando de contextualizar el conflicto vasco.

El 20 de septiembre de 1977, ya en democracia, el grupo terrorista de extrema derecha denominado la Alianza Apostólica Anticomunista (Triple A), envió un paquete bomba a la redacción de *El Papus*, provocando la muerte de su conserje y varios heridos del equipo. Ello no impidió que la revista siguiera publicándose con su estilo ácido y provocativo aún varios años más hasta 1986, cuando cerró y gran parte de su equipo fundador pasó a formar parte de *El Jueves*.

Otra de las grandes revistas satíricas de esta época fue, sin embargo, una no política. Se trata de *Barrabás*, “la revista satírica del deporte”, creada en 1972 por José Ilario, dos años antes de que fundara *Por Favor*, llegando a superar los doscientos cincuenta mil ejemplares de tirada en algunas ocasiones (Vílchez, 2015).



Imagen nº 31. Portada de *Barrabás*. Nº 19, 06/02/1973



Fuente: <https://journals.openedition.org/argonauta/2268?lang=es#tocto1n3>

*Barrabás* fue de las primeras revistas de este periodo que pudo hacer sátira y crítica al poder, aunque fuera al deportivo, atacando los escándalos y corrupción de la federación de fútbol. Contenía caricaturas y dibujos de los personajes más conocidos de este mundo y del deporte e incluía en sus páginas centrales fotos con chicas en bikini con los equipos de los diferentes equipos, algo que se ha mantenido en la contraportada de algunos periódicos deportivos décadas después.

*El Jueves*, “la revista que sale los miércoles”, nació en Barcelona en 1977, dos años después de la muerte de Franco y uno antes del cierre de *La Codorniz* y *Por Favor*. A pesar de ser la última de las grandes revistas en aparecer durante

la transición, o quizá gracias a eso, es la única que sobrevive en la actualidad, habiendo pasado por varios cambios en la propiedad de la empresa.

Sus icónicas portadas han sido polémicas desde el primer día, teniendo en cuenta el momento de cambio y tensiones sociales en el que nació. Ya el número 7 fue secuestrado por la administración al mostrar una escena cómica del Papa y el Vaticano (*El País*, 2007). También en 2007 la Audiencia Nacional prohibió un número por mostrar en su portada a Felipe de Borbón y Letizia practicando sexo (*El País*, 2007) y en 2014 la propia revista se autocensuró retirando los números en los que había publicado una portada sobre la abdicación de Juan Carlos entregándole una corona llena de excrementos a su hijo Felipe. Esto provocó que importantes firmas del semanario decidieran abandonar la revista y montaran otra similar, *Orgullo y Satisfacción* (Gómez, 2014). José Luis Valhondo (2019) hace hincapié en este cisma y señala la diferencia de generaciones de autores que ha tenido la revista durante sus diferentes décadas. Los primeros fueron una serie de dibujantes mayoritariamente catalanes nacidos durante la posguerra e influenciados por el estilo *underground* de EEUU y Francia, un segundo grupo nacidos a partir de los años sesenta procedentes de toda España con un tono más costumbrista y, por último, los que surgieron a partir del cisma tras la portada de la abdicación de Juan Carlos I.

Imagen nº 32. Portada de *El Jueves*. Nº 1822, 25/04/2012



Fuente: [viejuna.eljueves.es/articulo/revista/el\\_archivo/rey\\_retoma\\_sus\\_actividades.html](http://viejuna.eljueves.es/articulo/revista/el_archivo/rey_retoma_sus_actividades.html)

Al igual que *El Papus*, *El Jueves* fue una de las cabeceras más disidentes de la Transición, denunciando las presiones que recibía de los poderes públicos para ofrecer un contenido más oficialista y de consenso (Salgado, 2017). La revista fue muy crítica con la clase política de la época al considerar que tanto los que provenían del franquismo como las nuevas caras estaban creando un sistema elitista que les permitiera perdurar en el poder dejando de lado cualquier tipo de disidencia y alejándose de los problemas reales de los ciudadanos. Aunque estas posiciones no representaron una opinión mayoritaria en la sociedad, ayudaron a mostrar que existía una crítica mordaz contra el supuesto consenso que vendía la Transición y que dejaba a una parte de la sociedad fuera de aquel pacto social.

A pesar de que siempre ha tratado la mayoría de asuntos de actualidad, el tema más recurrente de *El Jueves* durante estas cuatro décadas de existencia ha sido el cuestionamiento de la Corona, en concreto a Juan Carlos I, rey de España desde 1975 hasta 2014. En la antología de la revista *Tocando los Borbones* (2003), *El Jueves* hace un repaso de las portadas y secciones dedicadas a la familia real comenzando con un inequívoco editorial de más cinco páginas tituladas *¿Para qué sirve un rey?*

**Imagen nº 33. Portada de *El Jueves*. Nº 1868, 13/03/2013**



**Fuente:**

[viejuna.eljueves.es/articulo/revista/el\\_archivo/solo\\_nos\\_une\\_una\\_entrable\\_amistad.html](http://viejuna.eljueves.es/articulo/revista/el_archivo/solo_nos_une_una_entrable_amistad.html)

De los cientos de caricaturas dedicadas a Juan Carlos I, destacan ciertos aspectos comunes en todas ellas a pesar de ser realizadas por distintos dibujantes. El antiguo monarca aparece con una prominente nariz (borbónica), se comporta como un bobo y resulta inútil para casi cualquier cosa (Mogin-

Martin, 2006). En la sección *Pascual, mayordomo real* podemos ver a un rey incapaz de realizar los actos de la vida cotidiana como freír un huevo o servirse la bebida. También son recurrentes temas como la pereza (“apenas termina unas vacaciones ya está pensando en las siguientes entre Baqueira o Marivent”), su díscola vida como conquistador femenino o su fingida relación con su esposa Sofía.

“¿Para qué sirve un rey, entonces?”. En la antología sobre los 25 años de *El Jueves* de monarquía se hacen repetidas alusiones a este tema (Mogin-Martin, 2006):

*¿Para qué sirve un rey? Sus ojos sirven para ver. Su frente sirve para llevar el pelo. Su nariz sirve para oler, su boca sirve para comer. Su oreja sirve para oír. Su barbilla sirve para afeitarse. Su cuello sirve para llevar la corbata. Su mandíbula sirve para mover la boca.*

*Para poder hacer chistes.... Para desearnos feliz navidad. Para promocionar los deportes náuticos. Para distraernos con las revistas del corazón. Para presidir actos sociales.*

*El Jueves* ha sido testigo y partícipe de la evolución de España como democracia y su visión ácida y mordaz de la actualidad ha reflejado los momentos por los que ha ido atravesando la sociedad. Sus portadas han sido dignas de muchos estudios y análisis y podrían servir como muestra representativa de los cambios que ha experimentado el país. Su humor, más combativo, irreverente e histriónico, mezcla la puesta en escena de temas de gran actualidad mientras combate muchos de ellos desde la ironía y la caricatura. No queriendo ser una revista que actúe como contrapoder, ha servido como foco y bandera en muchas de las confrontaciones sociales y políticas.

#### **2.3.4 La democracia asentada: el *infoshow***

El *infoshow* consiste en la mezcla de información con entretenimiento (Arroyo, 2008). No se trata de un simple informativo, hay que entretener. La materia prima es la actualidad diaria. Los contenidos de los que este género se va a ocupar, la parte de *info*, surgen de la actualidad mostrada en los medios audiovisuales, pero es la visión particular, la de un *show*, donde estas propuestas televisivas marcan su distinción para abordar la información de manera cómica y crítica a través del humor. El *infoshow* no se conforma con informar, pretende usar la materia prima periodística de la que se abastece para hacer reflexionar a sus espectadores mediante una vuelta de tuerca humorística transformando su puesta en escena en un auténtico show. Este formato utiliza códigos del periodismo convencional tratando de imitar la escenografía y forma de un informativo real para pervertirlo desde dentro ofreciendo contenidos y usando códigos impensables en un telediario. Según Jamie Warner (2007), esta estrategia permite al presentador dar enfoques e interpretaciones diferentes de la actualidad a su público.

El mayor representante en España de este formato sería el programa *El Intermedio* (La Sexta), en donde el humorista, *El Gran Wyoming*, parodia a un presentador de verdad en un plató parecido al de un informativo y vistiéndose con tirantes imitando a Pedro J. Ramírez, uno de los referentes del periodismo en España de las últimas décadas. *El Intermedio* establece esta conexión con un informativo real para señalar que lo que va a hacer es periodismo, pero en seguida se descuelga con la primera frase del programa, “*Ya conocen las noticias, ahora les contaremos la verdad*”, avisando de que el contenido y el tono van a ser bastante diferentes al de un telenoticias real.

Atendiendo al tipo de formatos de *infoshow* que existen, Arroyo (2008) señala los siguientes:

-Parodia de informativo: mantiene la estructura clásica de un informativo y su noticia de apertura o portada coincidirá con la de la mayoría de medios informativos. Generalmente, sus presentadores mantendrán el tono y la pose fría propios de un conductor de noticias. Dentro de este formato destacan *El Intermedio*, *Noche Hache*, *Buenafuente* o *The Daily Show with Jon Stewart*.

-*Infoshow* de reportajes: están elaborados por reporteros capaces de llegar allí donde los programas “serios” no pueden, dando un punto de vista diferente gracias al ejercicio de preguntas incómodas. Suele ser de periodicidad semanal y se recogen los temas más importantes de los últimos días. En esta categoría destacan *Caiga Quién Caiga* o *El Informal*.

-*Infoshow* de imitaciones: usando la actualidad como punto de partida, la parodian mediante cómicos que imitan a conocidos personajes para recrear desde el humor situaciones conflictivas. Aquí suele primar más el espectáculo que la información. Ejemplos de ello son *Vaya Semanita* o *Polonia*.

Otros ejemplos de *infoshows* humorísticos españoles desde la transición han sido *Lo de Tip y Coll* (TVE-1974), *Deforme Semanal* (Telemadrid/Forges - 1991), *Esta noche cruzamos el Mississippi* (Telecinco - 1995), *Crónicas Marcianas* (Telecinco - 1997), *El Hormiguero* (Cuatro/Antena 3 - 2006) o *Sé lo que hicisteis* (La Sexta - 2006). Aunque algunos no eran puramente *infoshows* o pertenecían al género del *late night*, todos incluían al menos alguna sección en la que combinaban información de actualidad con entretenimiento (Arroyo, 2008).

#### **2.3.4.1 Caiga Quién Caiga (CQC)**

CQC fue producido por primera vez en España en 1996 por Globomedia y emitido por *Telecinco* hasta 2002. Era la adaptación del formato argentino de mismo nombre. Contaba con tres presentadores y varios reporteros y el horario en el que mayor éxito tuvo y más tiempo aguantó fue los domingos después de comer.

CQC hacía un repaso a las noticias y eventos más importantes de la semana mezclando temas de actualidad social y política. Tuvo un estilo ácido y desenfadado con un punto elegante y pedagógico. Su atuendo, traje y gafas de sol, hacía alusión a la estética de la película *Reservoir Dogs* de Tarantino de 1992. Con ello pretendían apuntar a un periodismo corrosivo a la vez que divertido y agresivo.

El programa creció en popularidad por sus reportajes en los que “asaltaba” a famosos y a políticos con preguntas desconcertantes. Marcaron su propio estilo al regalar gafas de sol a los personajes más importantes como marca los que se “unían a su club”. Uno de los hitos más recordados del programa fue el especial de Navidad en el que consiguieron que el monarca Juan Carlos I aceptara el regalo y se pusiera las gafas de sol en un reportaje a pesar de las duras medidas de seguridad y protocolo que había en el evento.

Otro de los grandes hitos fue el día que el propio presidente José María Aznar invitó a todo el equipo de reporteros a comer en el Palacio de la Moncloa debido al éxito social que había alcanzado. Realizaron un capítulo especial para dicho acontecimiento en el que hicieron varias bromas al respecto, aunque durante el almuerzo fueran bastante “correctos”.



De esta forma, CQC trataba de acercar y dar una imagen de cercanía a los políticos en una época en la que los mandatarios solían mostrarse mucho más distantes. Sirvió además para dar a conocer a varias autoridades de la primera legislatura de Aznar como Esperanza Aguirre o Alberto Ruiz Gallardón que casi cada semana aparecían en algún reportaje.

CQC incluía varias secciones además de los reportajes. Una de las más importantes y que más encaja dentro del formato de sátira era el monólogo de inicio de *El Gran Wyoming* en el que, engominado hacia atrás e interpretando a un empresario de ideología conservadora, ironizaba contra el gobierno del PP y criticaba duramente las políticas de Aznar. A pesar de haber sido invitados por el presidente a comer, la línea editorial del programa atacaba constantemente a gran parte de su gobierno. *El Gran Wyoming* nunca ha escondido sus ideas de izquierdas y su crítica a las políticas de derechas ha sido constante. Esto, unido a que la sátira contra ciertos ministros se fue recrudeciendo y a que las bromas incluso contra el propio dueño de la cadena, Silvio Berlusconi, se habían convertido en seña de identidad del programa, hizo que *Telecinco* cancelara el programa en 2002 bajo un enorme aluvión de críticas, ya que las audiencias eran elevadas y CQC no dejaba de ganar premios.

La forma más habitual en la que se desarrollaba su línea editorial era la ironía en el monólogo de inicio de *El Gran Wyoming*. En ella “defendía” las políticas de Aznar más polémicas y atacaba a los que criticaban al gobierno. También se mostraba bastante duro con los más desfavorecidos, los inmigrantes o los parados, a los que acusaba de “vagos”, “maleantes” o “poco patriotas”. De esta manera respondía con humor a las medidas más polémicas del gobierno, pues a pesar de que fueron años de bonanza económica, la segunda legislatura de

Aznar estuvo marcada por varios momentos de tensiones sociales. En uno de sus discursos de Navidad, el *Gran Wyoming* se expresaba de esta manera<sup>25</sup>:

*“Todos estáis esperando que os desee paz, alegría y bienaventuranzas, pero no puedo ser condescendiente con una turba de individuos que no hacen más que provocar algaradas y desórdenes sociales. Por ejemplo, los funcionarios, todo el día protestando porque os congelan los sueldos, ¿de qué os quejáis? Por lo menos tenéis la seguridad de que no os lo van a bajar en una temporadita. ¿Y el paro? Hay más de dos millones de personas en el paro, ningún país que se llame a sí mismo civilizado puede permitirse esas cifras de desempleo. Hay que trabajar más, así no levantamos España. No podemos pagaros un sueldecito gratis para que os quedéis en casa [...]”*

De esta manera, el cómico criticaba al gobierno usando la ironía, la parodia y la caricatura interpretando a un personaje conservador, patriota y afín al gobierno de Aznar.

Sin embargo, a pesar de que su enfrentamiento con el gobierno era notable, solía tener poca base argumental. Sus interpelaciones no llegaban a la raíz del tema ni buscaban el axioma argumentativo erróneo que había que desmontar. Se trataba de una crítica más visceral que racional, aunque puesta en escena de manera sobria, elegante y muchas veces brillante. Sin embargo, no podemos decir que incluyera una confrontación intelectual a ciertas ideas para desmontarlas o construir otras. El mensaje apelaba más a la emoción del espectador, que conseguía empatizar e identificarse rápidamente con él, que al aspecto político. *El Gran Wyoming* trataba más de “caer bien” y conseguir

---

<sup>25</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=rvScGtx\\_CAU](https://www.youtube.com/watch?v=rvScGtx_CAU). Subido al canal de Youtube JOYAS TV el 28 de diciembre de 2015. Fecha de última consulta 3 de marzo de 2020.

adeptos a su causa gracias a su carisma que de confrontar ideologías. Si bien es cierto que el carisma, la empatía o la identificación son razones muy poderosas a la hora de decidir por quién votar, en este trabajo no las consideramos como herramientas de persuasión racional, sino como consecuencias de la dupla entre política y espectáculo. *Caiga Quien Caiga* podría servir como ejemplo de la *Teoría de la Descarga* en la que se movía Freud, ya que utilizaba el humor como herramienta para relajar la crispación social, pero sin confrontar la raíz de los problemas. Además, fue criticado por blanquear a ciertos políticos conservadores como Esperanza Aguirre o Alberto Ruiz Gallardón, a quienes ayudó a mostrar una imagen simpática y cercana con bromas y confianza cuando años después se mostró su verdadera cara con políticas mucho más duras y represivas.

#### **2.3.4.2 *El Informal***

El formato producido por Globomedia se emitió desde 1998 hasta 2002 en *Telecinco* en horario *access prime time*, que suele abarcar desde que acaban los informativos de la noche (21.30) hasta que empiezan los programas de *prime time* (22.30).

El espacio contaba con dos presentadores y mantenía la forma de un informativo al uso. Javier Capitán hacía de periodista “serio” y Florentino Fernández de contrapunto humorístico. El programa se basaba en gran medida en la capacidad de ambos como imitadores de un gran número de personajes y políticos de la época.

*El Informal* hacía un repaso cada noche de las noticias de actualidad desde un punto de vista cómico y entretenido. Utilizaba cualquier acontecimiento para

lanzar un sin fin de gags al respecto o parodias. Sin embargo, y a pesar de que dedicaba una gran parte de su espacio a la política, la forma de encararla tampoco buscaba desmontar argumentalmente sus contenidos.

*El Informal* planteaba la noticia, daba información sobre los datos al respecto e intentaba que el espectador entendiera el contexto antes de dar el contrapunto humorístico. Luego se sucedían los gags, imitaciones, parodias y vídeos manipulados con doblajes en los que se desarrollaba la parte cómica.

Uno de los personajes políticos más importantes de la época era Jordi Pujol, a quien Javier Capitán no paraba de imitar. En aquella época el partido de Pujol había pactado con José María Aznar una alianza para que el PP gobernara con el apoyo de CIU, por lo que el líder catalán tenía una gran participación y presencia en la actualidad política nacional y se convirtió en un personaje recurrente del programa. A Pujol se le solía representar en los vídeos que manipulaba el programa como el maestro Yoda, personaje fundamental de la serie cinematográfica de *Star Wars* o con un bicho que salía de las tripas de un soldado en una película de Arnold Schwarzenegger. *El Informal* cogía imágenes de esas películas y Javier Capitán imitaba la voz de Pujol sobre el personaje.

Fue en esa época cuando Pujol pidió que las películas que se importaban fueran dobladas también al catalán. *El Informal* se hizo eco de la noticia dando la información en un paso previo y luego mostró un vídeo con la imitación del presidente sobre el personaje que se le parecía en la película de Schwarzenegger. El supuesto Pujol le decía a Schwarzenegger que a partir de ese momento todos sus personajes míticos de la infancia hablarían en catalán. El “Chuache” entonces comenzaba a recordar algunas películas antiguas y un discurso de Franco ridículamente doblados a este idioma.

*El Informal* se basaba en el humor absurdo. Más que un programa crítico buscaba el humor por el humor. La política ocupaba bastante espacio, pero no se detenían a llegar hasta la raíz de la noticia, sino que buscaban el fleco ridículo a partir del cual realizar el chiste. Era un humor casi surrealista, sin necesidad de confrontar o desmontar argumentos políticos. Los conceptos de información y entretenimiento estaban muy poco mezclados. Primero se daba la noticia y luego se montaba la pieza, aunque apenas tuviera nada que ver con ella. A pesar de que en su forma pudiera parecer un espacio muy similar a un informativo, cualquier mínimo detalle sobre la noticia valía para desarrollar el chiste. El programa apenas usaba la ironía, sino que se basaba en la caricatura de sus personajes, utilizando algún aspecto de su físico, personalidad o forma de hablar para llevarlo hasta el extremo. Daba igual si Jordi Pujol decía una cosa u otra, lo importante era que fuera noticia por algo para poder hacer un video sobre él con el cuerpo de Yoda, aunque tuviera poco que ver con la información.

*El Informal* duró solo cinco años, pero se convirtió rápidamente en un espacio clave del humor en España. Quien buscara en él persuasión política, argumentaciones ideológicas o confrontación de medidas del gobierno no lo encontraría, pero como formato de comedia que a la vez informaba, aunque poco, tuvo una gran aceptación del público. Un *infoshow* con mucho más *show* que *info*.

#### **2.3.4.3 Buenafuente**

Andreu Buenafuente lleva desde 1999 al frente casi de manera ininterrumpida de diferentes *late nights* en las cadenas *TV3*, *Antena 3*, *La Sexta* y *#0* de *Movistar+*. Aunque durante estos años el programa haya recorrido diferentes

cadenas, algunas dos veces, y haya tenido distintos nombres, secciones y colaboraciones, el contenido y sello del presentador se ha mantenido casi inalterado.

Los programas de Buenafuente siempre han incluido entrevistas, sketches, secciones propias para sus colaboradores, reportajes, imitaciones y juegos o llamadas con el público. Al tratarse de *late nights*, la libertad a la hora de tratar diversos temas o expresarse en ciertos términos siempre ha sido más laxa. El público que ve la tele pasada la medianoche, a pesar de que en España el *prime time* suela inconcebiblemente traspasarlo, busca un lenguaje y contenidos más oscuros e irreverentes, por lo que es una franja horaria que siempre ha dado opción a mayores niveles de libertad expresiva.

La parte más satírica en los programas de Buenafuente es el monólogo de inicio, que ha perdurado en todas las ediciones. En él, el presentador busca dar un giro más a la actualidad que, a esas horas, ya ha sido tratada sobremanera por los otros medios. Requiere una gran destreza conseguir a las doce de la noche elaborar un chiste sobre algún tema de interés teniendo en cuenta que durante el día son miles los que se han podido hacer sobre el tema.

Sin embargo, el tono empleado también está más relacionado con el humor que con la información. El propio Andreu Buenafuente se ha declarado en más de una ocasión “catalanista, que no independentista” y se ha mostrado cercano a ideologías progresistas. De todas formas, nunca se ha querido pronunciar abiertamente por su ideología ni mantiene afiliación política, aunque ha pedido en repetidas ocasiones que se respete el derecho a decidir del pueblo catalán durante el *procés*.

En general, sus monólogos han sido más críticos con la derecha política, bien por su orientación progresista o porque, como se mantiene en el imaginario colectivo de los humoristas, “es más fácil hacer humor sobre los poderosos”. Sin embargo, la forma en la que se refiere a los políticos, sin querer identificarse a sí mismo ideológicamente, hace que sus críticas busquen más el efecto cómico que el persuasivo.

Como humorista siempre ha contado con equipos de grandes guionistas (Ruiz, 2018) dada la dificultad que entraña ser capaces de hacer humor sobre temas de actualidad a esas horas, por lo que el giro distintivo que puede dar en su monólogo busca más la creatividad y brillantez burlona que la confrontación racional. Este es un fragmento de uno de sus monólogos del 10 de diciembre de 2014:

*“Hoy es el Día Internacional de la Corrupción y en España debería ser fiesta nacional y que empalmara con el Puente de la Inmaculada, para así hacer un puente muy grande en el que pudieran vivir debajo todos los españoles debido a la situación actual”.*

Si a este texto le sumamos la expresión y tono del presentador, quien se muestra alegre y festivo, podemos ver que la intención de Buenafuente es más la de divertir y entretener que la de criticar.

Para entender el humor es imprescindible comprender el contexto en el que se produce el chiste, por lo que en una época en la que “todo el mundo” habla de la crisis económica es fácil hacer bromas sobre ello, ya que es fácil para el receptor conocer los matices más sutiles sobre los que se realiza la broma.

En este caso, se trata de un ingenioso juego de palabras en el que se utilizan dos acepciones de “puente” para trazar un chiste sobre la situación actual. Los

juegos de palabras pueden resultar brillantes en muchas ocasiones, pero rara vez sirven para hacer una crítica mordaz o constructiva sobre temas de actualidad. La táctica que suele emplear Buenafuente cuando realiza sátira política es esta, utilizar la actualidad como base para realizar chistes, pero sin la intención ni de rebatir conceptos ideológicos ni de persuadir políticamente. Entona correctamente con la línea que hemos visto hasta ahora de formatos de *infoshow*.

#### **2.3.4.4 *El Intermedio***

Sin embargo, cuando hablamos de *El Intermedio* durante la legislatura de Mariano Rajoy, el concepto de *infoshow* queda escaso. El programa nació como tal en 2006 siguiendo los preceptos fieles del formato, un repaso semanal primero y diario después que combinaba la actualidad informativa de la mano de Beatriz Montañez con el humor de *El Gran Wyoming*.

Tras trece temporadas, es el único formato de *La Sexta* que pervive desde los inicios de la cadena en 2006. Durante este tiempo ha sobrevivido a varias situaciones difíciles que se iban multiplicando a medida que la línea crítica del programa se endurecía. La gran crisis económica que vivió España desde 2008 ha sido especialmente dura en los medios de comunicación debido al hundimiento de los ingresos publicitarios en casi un 50%<sup>26</sup>, desde los 3.000 millones de 2008 hasta los 1.600 de 2012. Teniendo en cuenta que las cadenas privadas se financian casi en exclusiva por la publicidad, el shock económico ha sido devastador.

---

<sup>26</sup> Reason Why. <https://www.reasonwhy.es/actualidad/sector/en-el-dia-mundial-de-la-television-analizamos-la-situacion-del-medio> 2013-11-21. Consultado el 30 de septiembre de 2019.



La crisis publicitaria provocó que *La Sexta*, con una audiencia creciente pero inmersa en una deuda millonaria, tuviera que fusionarse con *Antena 3* formando *Atresmedia*. Muchos pensaron que la creación del nuevo grupo en el que *Antena 3* se quedaba con el 86% del control accionarial (*El Periódico*, 2012) y debido a la línea editorial del grupo Planeta opuesta a la de *La Sexta*, programas como *El Intermedio* o *Salvados* podrían desaparecer. Sin embargo, con la llegada de Rajoy al gobierno en 2011, ambos formatos comenzaron a mejorar sus audiencias considerablemente.

*El Intermedio* nació en 2006 durante la primera legislatura de José Luis Rodríguez Zapatero y la situación económica en España era muy diferente. El paro rondaba mínimos históricos del 8,3% (*El Mundo*, 2007) y los ingresos por publicidad eran tan altos que permitieron la aparición dos nuevas cadenas, *La Sexta* y *Cuatro*, bajo la nueva Ley Audiovisual<sup>27</sup> auspiciada por Zapatero.

En aquella época el clima social era mucho más tranquilo que en la época de la crisis económica y *El Intermedio* se mantenía fiel al formato tradicional de *infoshow*. Es cierto que *El Gran Wyoming* siempre ha sido un presentador con una ideología de izquierdas muy marcada y que *La Sexta* nació con una gran polémica acusada de haber sido muy favorecida por el interés personal de Zapatero en crear una televisión de izquierdas. Sin embargo, el humor que practicaba en sus inicios era mucho menos crítico e ideológico.

*El Intermedio* se presentaba como un *infoshow* tradicional que hacía un repaso al tratamiento de la actualidad por parte de los medios de comunicación. La intención en aquellos tiempos no era prestar tanta atención a la noticia en sí,

---

<sup>27</sup> Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. [www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958](http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958). Consultado 3 de marzo de 2020.

sino a cómo la habían reflejado los distintos medios (Sánchez, 2008). *El Gran Wyoming* compartía programa con cinco colaboradoras con un perfil de humor desenfadado e ingenioso, pero también poco crítico.

Durante el gobierno de Zapatero, hasta 2011, se movió en unos niveles de audiencias entre el 5% y el 6% y el millón de espectadores, acorde con la media de la cadena. Es a partir de la llegada de Rajoy al gobierno cuando el programa comienza a mejorar su audiencia y a recibir numerosos premios por parte de la Academia de la Televisión. En la temporada 2011-2012 subió hasta el 7,7% de audiencia, al año siguiente al 9,8%, en 2013-2014 al 11,9% y en la 2014-2015 al 12,8% de media, más del doble de la que tenía al empezar la legislatura de Rajoy (*La Vanguardia*, 2015)<sup>28</sup>.

Este aumento de la audiencia ha ido ligado a la situación política y social de manera recíproca. Por un lado, al aumentar el descontento social por la grave situación económica y la aparición de un gran número de polémicas debido a la acción del gobierno y casos de corrupción, los ciudadanos han demandado mayor información y contenidos políticos a los medios de comunicación. Por su parte, *El Intermedio* ha virado su formato con un tono mucho más crítico sobre la actualidad, dedicándose no solo ya a analizar cómo otros medios trataban las noticias, sino a oponerse frontalmente a las medidas del gobierno.

El humor ha servido a *El Intermedio* para confrontar las medidas del gobierno y a otros poderes fácticos cuya ideología contraponía. Sin embargo, desde el 2006 hasta 2011 el humor que practicaba era mucho menos agresivo y periodístico, en la línea tradicional del *infoshow*. Sin entrar en la estructura de

---

<sup>28</sup> Datos de Wikipedia. [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_intermedio](https://es.wikipedia.org/wiki/El_intermedio), consultada por última vez el 04 de marzo de 2020

chistes en sí, estos son los temas tratados en el programa del 5 de enero de 2009 y un breve análisis de su tratamiento con algunos chistes realizados:

**-MONÓLOGO DE INICIO:** FOTO ARTÍSTICA DE SORAYA SAENZ DE SANTAMARÍA

**-LO QUE ESPAÑA VOTA VA A MISA** (ENCUESTA ENTRE ESPECTADORES): RAJOY PIDE QUE SOLBES DIMITA. “¿DEBERÍA IRSE O QUEDARSE Y JODERSE?”

**-TREGUA EN GAZA GRACIAS A LA INVESTIDURA DE OBAMA:** “SI LOS NIÑOS DE GAZA NO QUIEREN QUE LES BOMBARDEEN, QUE LLENEN CON FOTOS DE OBAMA LOS COLEGIOS”.

**-OBAMA DA SU DISCURSO DE INVESTIDURA ANTE UN MILLÓN DE PERSONAS:** “ESO NO ES NADA, AQUÍ PARA DAR LA BIENVENIDA A FRANCO MONTAMOS UNA GUERRA CIVIL Y A FELIPE GONZÁLEZ CON UN GOLPE DE ESTADO”.

**-UN EQUIPO BRASILEÑO ESTUDIA DAR VIAGRA A SUS JUGADORES:** “SI MARADONA JUGARA EN ESTE EQUIPO NO HUBIERA NECESITADO LA MANO DE DIOS PARA MARCAR UN GOL”.

**-LOS GAYS NO PUEDEN DONAR SANGRE EN ANDORRA:** “DESDE LUEGO ES UN PELIGRO, PODRÍAN INFECTARTE SU GUSTO POR LA DECORACIÓN”.

**-EN INTERECONOMÍA DICEN QUE LA POSTURA DE SORAYA EN LAS FOTOS ES COMO DE PROSTITUTA:** “VAYA, SÍ QUE SABEN LOS TERTULIANOS DE INTERECONOMÍA MUCHO SOBRE PROSTITUTAS”.

**-BARRIO RICO, BARRIO OBRERO:** REPORTAJE THAIS VILLAS SOBRE LA FOTO DE SORAYA SÁENZ EN DOS BARRIOS DE MADRID.

**-HUGO CHÁVEZ QUIERE SER PRESIDENTE DE MANERA INDEFINIDA** PLANTEANDO UN REFERÉNDUM CON UNA PREGUNTA LARGUÍSIMA Y COMPLICADÍSIMA: “QUÉ MANERA MÁS LARGA DE DECIR ¿QUERÉIS QUE SEA VUESTRO NUEVO DICTADOR?”

**-CONEXIÓN PARÓDICA DE USUN YOON** SOBRE EL ACUERDO ENTRE RUSIA Y UCRANIA DEL GAS.

Por lo que podemos observar con este ejemplo, *El Intermedio* trataba la mayoría de temas de actualidad haciendo especial interés en los internacionales.

Cabe recordar que la crisis ya golpeaba la economía española duramente y en los últimos doce meses se había perdido más de un millón de empleos. Sin embargo, el presidente del gobierno en aquella época era José Luis Rodríguez Zapatero, quien gozaba de la simpatía del presentador *El Gran Wyoming*.

En la escaleta del programa podemos apreciar que tan solo se aborda un tema de actualidad nacional, el de las fotos artísticas de Soraya, más una encuesta sobre si el Ministro de Economía Pedro Solbes debería dimitir.

*El Intermedio* nació siendo el *infoshow* más próximo a un informativo al uso, sin embargo, a partir de 2011 su temática, tono y estructura varió para hacerse mucho más agresiva y crítica sobre la actualidad política y social sin perder el buen nivel de chistes.

### **3 HUMOR Y SÁTIRA EN ESPAÑA DURANTE LA LEGISLATURA 2011-2015**

El 20 de noviembre de 2011 Mariano Rajoy ganó las elecciones generales en España con mayoría absoluta y más de diez millones de votos. El principal partido de la oposición en aquel momento era el PSOE que, liderado por Alfredo Pérez Rubalcaba, consiguió apenas 110 diputados, muy lejos de los 169 de su predecesor José Luis Rodríguez Zapatero que en 2008 que le habían llevado a revalidar su presidencia una segunda legislatura.

Esta debacle del PSOE se produjo en gran medida debido a la crisis que acusó España desde el verano de 2008. El paro en España se encontraba en el momento de las elecciones de 2011 en el 22%, el triple que en 2007 cuando la economía estaba en pleno auge<sup>29</sup>. Además, el gobierno de Zapatero realizó una reforma laboral en 2010 que redujo los derechos de los trabajadores y recortó el gasto social, medidas ambas que había anunciado que no haría y que provocaron una gran indignación ciudadana. Todo ello permitió una importante subida en votos del Partido Popular que aupó a Mariano Rajoy a la presidencia en 2011 en su tercer intento por conseguirlo.

La grave situación económica llevó a las calles a los ciudadanos en numerosas ocasiones, ya que España batía records mes tras mes en tasas de desempleo. Además, los casos de corrupción y las promesas incumplidas del PP aumentaron dichas protestas, ya que, habiendo basado su oposición y campaña

---

<sup>29</sup> Datos extraídos de <https://datosmacro.expansion.com/paro/espana?dr=2011-11>, consultado septiembre de 2019

electoral en criticar las medidas económicas del PSOE, las encuestas sobre empleo no hacían más que empeorar con Rajoy ya en el gobierno.

Cuando el resto de los países desarrollados empezaban a salir de la crisis España volvió a sufrir un grave shock económico, y en 2012 Bankia (De Barrón, 2012) tuvo que ser rescatada por el gobierno, lo cual implicó que pidiera un préstamo a la Unión Europea de cien mil millones, aproximadamente el 10% del PIB español (*El Mundo*, 2012). Para asegurarse de que pudiera devolverlo, la Unión Europea exigió una serie de reformas que ajustaran el gasto público y mantuvieran una línea de austeridad. Esto provocó nuevos recortes sociales en educación, sanidad, dependencia, cultura, energías renovables, I+D, justicia, pensiones, etc.

Al verse casi todos los frentes de la sociedad afectados por la crisis y las medidas de austeridad impuestas por la UE, el nivel de indignación se multiplicó incrementando el ritmo y el tono de las protestas. Los medios de comunicación se centraron en la situación económica y consiguieron incrementar sus audiencias considerablemente, sobre todo cadenas como *La Sexta*, que a pesar de estar en números rojos y tener que ser adquirida por *Atresmedia* consiguió grandes resultados centrandó sus contenidos en la actualidad política.

Algo parecido se vivió en las redes sociales, cuya expansión a nivel mundial y también en España coincidió con el del periodo de crisis, por lo que su utilización como medio de protesta ciudadana creció en paralelo al hundimiento de la economía.

Los ciudadanos se echaron a las calles para protestar por la situación económica (López, 2013), que el PP había prometido solucionar, y por la incesante aparición de casos de corrupción de dirigentes del Partido Popular. El

paro en España rozó el 27% en 2013 y en la operación Púnica en 2014 (Marraco, 2014) se detuvo a más de 50 políticos, funcionarios y empresarios implicados en una trama de corrupción.

### **3.1 La Ley Orgánica de protección de la seguridad ciudadana 4/2015 y los límites del humor**

Ante el incremento exponencial del nivel de protestas ciudadanas en el que se batió el record de manifestaciones en Madrid, el gobierno de Rajoy trató de protegerse con una nueva Ley de protección de la seguridad ciudadana<sup>30</sup> que se conoció popularmente como “Ley Mordaza”. Dicha ley sustituyó a la anterior de 1992 conocida como “Ley Corcuera” en honor al ministro de Interior que la desarrolló. Si bien aquella ley ya había cosechado un gran número de críticas refiriéndose a ella como “Ley de la patada en la puerta”<sup>31</sup> por restringir y limitar ciertos derechos civiles, esta nueva ley fue más allá y se calificó como “mordaza” por sancionar y reprimir en muchos aspectos la libertad de expresión que protegía el derecho a protestar pacíficamente las decisiones del gobierno.

La ley comenzó su andadura en 2012, pero no fue hasta 2015 cuando fue aprobada. Sus apartados más polémicos eran los que otorgaban a las fuerzas y cuerpos de seguridad del estado mucha más autonomía y discrecionalidad para sancionar las infracciones de dicha ley de manera casi inmediata, lo que daba mayor poder al ejecutivo frente al sistema judicial. Además, se incluyeron una serie de nuevas actuaciones que pasaban a estar prohibidas, como grabar a

---

<sup>30</sup> Ley Orgánica 4/2015, 30 de marzo

<https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-3442&p=20150331&tn=2>

<sup>31</sup> Ley Orgánica 1/1992, 21 de febrero

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1992-4252>

policías en sus actuaciones públicas o tratar de paralizar desahucios (Ospina y Enríquez, 2015) y se incrementaba considerablemente el importe de varias de las sanciones, por lo que para muchos suponía un grave riesgo llevar hasta un límite, hasta entonces permitido, el nivel de las protestas.

En las redes sociales también se hicieron notar los efectos de esta ley. Varios microblogueros fueron sido detenidos y algunos hasta condenados por mensajes humorísticos escritos en Twitter. La mayoría de ellos por chistes sobre víctimas del terrorismo o injurias a la Corona. La sencillez, inmediatez y anonimato que ofrece esta red social permite tan fácilmente posicionarse sobre determinados temas que a veces entra en conflicto con los límites a la libertad de expresión. Algunas veces de manera intencionada y otras por una falta de responsabilidad a la hora de entender las consecuencias de un tuit, algunos usuarios han tenido que responder ante la justicia por sus mensajes. Uno de los casos más polémicos fue el de Cassandra Vera (Pérez, 2017), condenada a un año de prisión por humillación a las víctimas por hacer varios chistes sobre Carrero Blanco, mano derecha de Franco durante los últimos años de la dictadura y asesinado por ETA en 1973 en un atentado con un coche bomba que voló por los aires. El chiste en cuestión fue el siguiente, subido poco después por otra cuenta en la que se hablaba del caso ya que Cassandra lo tuvo que borrar:



**Imagen nº 33. Tuit de @gianclgar, 10/01/2017**



El chiste hace una parodia sobre la muerte de Carrero Blanco, ya que la explosión hizo que su coche se elevara a gran altura y lo compara con la película *A tres metros sobre el cielo*, juego típico de Twitter en el que utilizan el título de una película para hablar de otra cosa. En esta red social es habitual el uso del humor negro, un tipo de humor que busca generar hilaridad sobre temas que deberían ser serios, tristes o dar miedo pero desde un punto de vista que cambia el enfoque y resuelve la situación de manera cómica.

El humor negro no está prohibido como tal, pero respecto a Carrero Blanco hubo un aspecto que muchos tuiteros no tuvieron en cuenta. Los chistes sobre él los hacían por ser una autoridad importante en el Régimen franquista, al igual que se ha hecho sobre muchos dictadores o la muerte del propio Franco. Sin embargo, Carrero Blanco fue asesinado por ETA, una organización terrorista, por lo que se pudo aplicar la ley que protege a las víctimas del terrorismo para condenar a los que hacen chistes sobre el atentado.

Nos encontramos aquí ante un evidente problema de contexto. El humor no se mueve dentro de la literalidad, sino que juega con las circunstancias en las que se envuelve el mensaje. Por lo tanto, es imprescindible entender bien a qué

se refiere un mensaje para comprender su intención y significado. Tratar de juzgar un chiste de manera literal carece de sentido, aunque desde el sistema judicial y con el beneplácito del gobierno se haya aprovechado para condenar a varios tuiteros y atemorizar al resto.

Haciendo un repaso de varios tweets de la propia Cassandra Vera se puede comprobar que su intención no era burlarse de las víctimas del terrorismo, sino de la mano derecha de un dictador. Varios familiares de Carrero Blanco, las víctimas a quienes se supone protege dicha ley, han afirmado que los chistes sobre él no les ofenden de ninguna manera y que no entienden que se condene a nadie por ellos (Junquera, 2017). Irene Villa, también víctima siendo niña de un atentado de ETA que le dejó sin piernas, ha afirmado en varias ocasiones que los chistes sobre ella no le ofenden y que incluso le hacen gracia (José Madrid, 2013).

Por ello, aunque sea natural defender el honor e integridad de las víctimas del terrorismo mediante una ley que las proteja y que sea necesario establecer unos patrones de conducta sociales que los respeten y no provoquen equidistancias e injusticias sobre los verdugos, el humor ha de entenderse como un campo al margen en el que se puede hablar de todo ya que se mueve en el terreno del significado no literal. Es muy difícil establecer una línea nítida sobre lo que el autor de un chiste quiere decir o no y si es condenable o no, por lo que aplicar una ley a dicho comportamiento resulta notablemente complicado. Ha de ser la propia sociedad la que a partir de sus valores éticos califique un chiste de apropiado o de mal gusto. El caso de Cassandra Vera se trata de un intento por parte del poder ejecutivo de coartar las protestas a sus decisiones y limitar la libertad de expresión.

El problema del contexto en el humor lleva a malinterpretar un chiste dándose a entender que hacer una broma sobre algo implica directamente que se está haciendo burla o crítica hacia ello y no tiene por qué ser así necesariamente, ya que un gag no tiene por qué depender únicamente de un componente persuasivo. El humor juega con la sorpresa y el ingenio, y se pueden producir situaciones de gran ironía intrínseca, absurdez o perplejidad en las que la comedia surge sin necesidad de querer ofender a nadie. Como ejemplo en el caso de Irene Villa, el concejal del Ayuntamiento de Madrid Guillermo Zapata publicó un chiste en Twitter en el que Irene Villa iba al desguace en busca de repuestos. Se trata de un gag de humor negro, sobre un tema sensible y quizá molesto para gente impactada por el tema del terrorismo o incluso la propia Irene Villa, pero hay que saber entender que no se trata de reírse de la propia víctima, sino que se trata de un puro ejercicio dialéctico en el que se enmarca el ingenio de dicho tweet. El humor se basa en el asombro de un final imprevisto ante una situación dada, por lo que como chiste funciona. Además, el hecho que se hable tan poco sobre un tema al considerarse tabú bromear sobre el terrorismo genera más sorpresa, puesto que parece impensable en el planteamiento hacer una broma así.

La censura sobre un tema e incluso la propia auto-censura son las que dan aún mayor valor al chiste, lo que no implica que se pretenda ofender a la víctima. Un ejemplo parecido lo encontramos en el partido Podemos en Aragón, en donde el entonces líder Pablo Echenique, obligado a moverse en una silla de ruedas por una atrofia muscular espinal, fue sucedido por Raúl Gay, quien nació sin brazos ni piernas y tiene un alto porcentaje de discapacidad. El humor aquí no viene de querer reírse de ellos, sino de la perplejidad que genera que esto

sucedan habiendo tan pocas posibilidades de que un discapacitado suceda a otro. Ambos políticos han afirmado en varias ocasiones también que no les molestan los chistes sobre su condición siempre que carezcan de mala fe e incluso han hecho ellos algunos sobre sí mismos (*El Plural*, 2017).

### **3.2 ¿Quiénes son los humoristas en la actualidad? Perfiles y formación**

Detrás de la sátira que vigila y critica al poder se encuentran tanto profesionales del humor como gente anónima con otros trabajos que dedica a dicha labor su tiempo libre. En general, en los medios tradicionales como la televisión, la radio o las revistas trabajan guionistas, cómicos y dibujantes para quienes supone su oficio y sustento económico. Sin embargo, cuando hablamos de los nuevos medios como Twitter encontramos que son pocos los que viven exclusivamente de ello, aunque cada vez más las marcas patrocinadoras ofrecen dinero o regalos por tweets promocionales no necesariamente relacionados con su práctica.

Para conocer un poco más quiénes son dichos humoristas, cómo trabajan y qué tipo de formación han tenido, a continuación, se exponen los resultados obtenidos de la encuesta estructurada que hemos realizado. Cabe destacar que, aunque ha sido enviado a una gran cantidad de profesionales, no han sido muchos los que han respondido. En general, varios de los guionistas, dibujantes y tuiteros han rechazado realizar el cuestionario por falta de interés y por el escaso grado de reflexión interna que genera el mundo de la comedia.

### 3.2.1 Guionistas

De los cuatro guionistas que han respondido a nuestro cuestionario, dos han realizado el Máster de Globomedia de Guion de TV de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (URJC). Este máster es muy común dentro del mundo del guion, ya que es casi el único en España que sirve de formación para los que quieren dedicarse a escribir para televisión, tanto ficción como programas de entretenimiento. Como en las carreras de Comunicación Audiovisual y Periodismo de las universidades españolas no se estudia humor y entretenimiento, este máster ha sido durante quince años una de las mayores referencias a la hora de crear cantera de futuros guionistas, tanto para Globomedia como para otras productoras. En programas como *El Intermedio* o *90 Minuti*, ambos de Globomedia, alrededor del 90% del equipo de guionistas habían cursado el máster.

El 50% de los guionistas entrevistados han estudiado la carrera de Periodismo, en donde uno de ellos además estudió luego el máster mencionado. Uno de los cuatro solo estudió ingeniería informática, y su única formación sobre escritura fue “un curso de 8 horas y la lectura de dos libros sobre guion” (*El libro del guion* de Syd Field y *El guion* de Robert McKee)<sup>32</sup>, ambos muy populares dentro del mundo de la ficción.

Todos afirman que empezaron en el mundo de la sátira y el humor casi de manera autodidacta: “aprendiendo de los maestros del humor”, “leyendo entrevistas de humoristas” o “consultando análisis sobre teorías del humor”. Además, afirman seguir formándose día a día, bien con cursos o talleres de escritura, asistiendo a charlas y conferencias de profesionales o prestando

---

<sup>32</sup> Entrevista realizada a Raúl Navarro vía correo electrónico el 05/09/2017

atención al trabajo de otros humoristas. Sin embargo, la mayoría insiste en que el proceso de formación se lleva a cabo de manera informal y casi más por hobby que de una manera reglada. Como consumidores y aficionados al humor adquieren de manera inconsciente esos patrones sobre lo que funciona y lo que no, y a partir de ahí se van desarrollando como guionistas de comedia.

Sobre si el humor es algo innato o se puede adquirir exclusivamente de manera académica, todos afirman el carácter vocacional del sector. Según Chisleanschi,

*“El humor es mecánico, tiene unos pasos marcados que, si sigues, funcionan en un porcentaje muy alto de ocasiones. Sin embargo, no significa que sólo con aprender la mecánica vayas a crear humor al nivel de un humorista o guionista profesional. El talento y el ingenio, potenciado por la formación y el control de las mecánicas y las herramientas, son las que consiguen la excelencia en el humor. Uno sin otro no valdría por sí solo”<sup>33</sup>.*

Todos hacen hincapié en la mezcla de “talento innato y oficio” a la hora de generar contenido humorístico de calidad, ya que el uno sin el otro haría realmente difícil llegar a prosperar en la profesión.

Esto implica para los guionistas tanto un problema como una ventaja a nivel laboral. Por un lado, el hecho de tener que poseer dicho “talento innato” les permite adquirir una posición de poder en el sector frente a quienes no lo tienen. Es decir, es un mundo cerrado con grandes barreras de entrada en donde no todos pueden encontrar sitio. Esto les convierte, en cierta manera, en imprescindibles dentro del sector del entretenimiento. La movilidad dentro de otras profesiones es mucho mayor y cambiar de sector no es tan difícil, incluso

---

<sup>33</sup> Entrevista realizada a Tatiana Chisleanschi vía correo electrónico el 02/03/2017

hay gente que cambia varias veces en su vida. Pero entrar en el mundo del humor resulta complicado. Por otro lado, el hecho de que sea una profesión vocacional que para muchos parte de una afición que acaba convirtiéndose en oficio, hace que los guionistas sean menos exigentes a la hora de demandar mejoras laborales, ya que demasiadas veces se entiende que trabajar en algo divertido ya forma parte de la remuneración. Por ello, se trata de un sector especial con ventajas e inconvenientes que determinan la actividad propia de sus profesionales. Esta mezcla entre afición y oficio hace que muchos guionistas “regalen” parte de su trabajo humorístico, bien en redes sociales escribiendo chistes en Twitter o en otro tipo de proyectos personales sin retribución alguna.

Dentro de un sector con una estructura tan piramidal como el del espectáculo, la parte del guion de programas es de las más comparables a un trabajo normal de oficina. Horarios fijos, obligación de ir cada día al puesto de trabajo, mayor seguridad laboral, poca capacidad para desarrollar proyectos propios... Es por ello que redes sociales como Twitter han permitido a los guionistas traspasar esa frontera y conseguir cierto reconocimiento público desarrollando su propio material cómico. Lo que antes debían hacer en espectáculos de monólogos en bares ahora pueden realizarlo desde su propia casa o incluso en sus ratos libres en su puesto de trabajo.

Sobre si reflexionan acerca del humor, el 100% de los encuestados respondieron afirmativamente, tanto de sus límites como a nivel moral. Durán señala que

*“Al ser parte de mi trabajo reflexiono a menudo, sólo o en compañía de otros profesionales, y es un tema muy interesante. Aunque me temo que las reflexiones sobre el humor se vuelven,*

*paradójicamente, cada vez más serias, sobre todo en lo relativo a los llamados límites del humor*<sup>34</sup>.

Y es que todos coinciden en que, a pesar de que cada vez se ha vuelto más fácil hacer humor a nivel técnico y de difusión, al haber más gente mirando, opinando y accediendo a él, los límites se han vuelto más estrechos, ya que es más fácil que alguien se ofenda por un chiste. Como guionistas es difícil que tengan problemas por algo que hayan escrito, ya que de surgir alguna polémica son el programa y la cadena los que supervisan y se responsabilizan de cada contenido antes de emitirlo. Sin embargo, como ya mencionábamos antes, muchos tienen cuentas particulares en Twitter en donde hacen chistes con mucha mayor libertad que en su trabajo, y es aquí donde en ocasiones han surgido polémicas. Por ejemplo, es el caso de Sergio Santesteban, guionista de la serie *Allí Abajo* de Antena 3, quien en 2018 publicó este tweet (Cadena Ser, 2018):

**Imagen nº 34. Tuit de @Sergio\_VSantes, 30/03/2018**



<sup>34</sup> Entrevista realizada a Javier Durán vía correo electrónico el 02/03/2017



Al ser una serie centrada en personajes andaluces y con gran audiencia en dicha comunidad se creó una gran polémica en Twitter, con miles de seguidores quejándose y hasta pidiendo el despido del guionista. Incluso un ex actor de la serie y la propia productora criticaron el tweet tratando de desligarse de la mala imagen que les había creado. Es por ello que hasta fuera de sus horas de trabajo, muchos guionistas se autocensuran en sus tweets para que no les afecte a nivel profesional, creándose incluso cuentas anónimas donde escribir lo que quieran sin tener que preocuparse por las repercusiones.

Al respecto de la reflexión a nivel moral sobre su trabajo, Chisleanschi afirma que:

*“El humor es parte de nuestro día a día. Puede ser un arma, una herramienta... es, al fin y al cabo, una forma potente de expresarse. Pero es que, además, es un fuerte generador de imaginario colectivo. Para mí, como profesional, es una responsabilidad muy grande, y me lo tomo como tal. Cada chiste que hago influye en ese imaginario colectivo y, por tanto, es mi responsabilidad hacerlo de una forma positiva. Yo creo firmemente que el humor no puede tener límites legales, pero sí morales”<sup>35</sup>.*

Estas reflexiones sobre lo que debe ser la sátira son cada vez más habituales dentro de un sector en donde lo que antiguamente primaba era el espectáculo y la diversión, pero, casi de manera inconsciente muchas veces, los guionistas empiezan a plantearse su capacidad para generar imaginario a través del humor como herramienta de persuasión.

En el ámbito de los medios de comunicación en España, tradicionalmente posicionado ideológicamente como progresista, se entiende que el humor y la

---

<sup>35</sup> Entrevista realizada a Tatiana Chisleanschi vía correo electrónico el 02/03/2017

sátira han de ir de “abajo a arriba”, sirviendo como herramienta para criticar a los poderosos y ayudar a los oprimidos. Como hemos visto anteriormente, el poder del humor es incuestionable y cada vez es más habitual la reflexión de los propios profesionales sobre el nivel moral de su trabajo aparte del valor meramente cómico. El humor puede ayudar a derribar estereotipos y generar un imaginario colectivo más sano y cómodo para la sociedad, pero también tiene la capacidad de ser cruel y ahondar en los prejuicios que castigan a determinados colectivos.

### **3.2.2 Tuiteros y dibujantes**

Como solo han respondido dos tuiteros y un dibujante a nuestro cuestionario y además el dibujante es bastante activo en su cuenta de Twitter, hemos decidido aunar sus respuestas para sacar algunas conclusiones.

Ninguno de los ellos tiene formación académica sobre el humor y su aprendizaje se debe al ejercicio de “prueba y error” en base a lo que iba funcionando. Todos señalan que la sátira y la comedia siempre les habían interesado, aunque solo a nivel consumidor. Los dos tuiteros comenzaron a hacer sátira a través de Twitter hace ya algunos años y el dibujante afirma que se inició haciendo caricaturas de “los profesores o compañeros de cole que peor le caían”.

Tanto Gerardo como *@norcoreano* apuntan en la misma línea que el resto de entrevistados, y sobre si el humor es innato señalaron la mezcla necesaria entre talento y oficio. Según Gerardo, “el humor tiene una parte aprendida (tiene sus

resortes y sus truquitos) y otra parte digamos innata (la parte creativa, esa visión lateral de lo que hay en el centro de la escena)”<sup>36</sup>. Para @norcoreano:

*“El humor se adquiere, está basado en significantes sociales y por tanto es cultural, pero está presente en todas las personas, en mayor o menor medida. Sí que puede que algunas personas tengan más desarrollada la inteligencia creativa o de asociación de ideas, que creo que es de la que depende el humor, como otras tienen más desarrollada la inteligencia matemática, por ejemplo. Esa parte si sería innata”<sup>37</sup>.*

Daniel Gove, por su parte, afirma que el humor “es filosofía de vida, y como parte de esa vida, entran en juego la educación, cultura, amistades, etc. Siempre hay ciertos mecanismos que se van aprendiendo, pues no deja de ser un lenguaje donde el emisor tiene un claro objetivo para con su receptor: la risa”.

Sobre si reflexionan acerca del humor, los dos tuiteros afirman interesarles mucho el tema, ya que suelen escribir bastante sobre ello. @norcoreano además señala que:

*“Empecé a reflexionar sobre el humor desde el momento en que, sin darme cuenta, creé un producto relacionado con el humor que se convirtió en mi medio de vida. También me han encargado algún texto para libros de márketing digital y demás explicando cómo funciona ‘mi producto’. He descubierto algunas cosas: el poder de la demagogia y la importancia del estado de ánimo a la hora de hacer humor”<sup>38</sup>.*

---

<sup>36</sup> Entrevista realizada a Gerardo de la Torre vía correo electrónico el 04/09/2018

<sup>37</sup> Entrevista realizada al creador de la cuenta parodia @norcoreano vía correo electrónico el 25/09/2018

<sup>38</sup> Entrevista realizada al creador de la cuenta parodia @norcoreano vía correo electrónico el 25/09/2018

Vemos como, al convertirse la sátira en una fuente ingresos continua que empezó casi de manera casual, ambos se ven obligados a reflexionar sobre el tema del humor, ya que, aparte de generarles contenido, les permite realizar mejor un trabajo para el que no han tenido formación académica previa. Es especialmente relevante la frase de *@norcoreano* sobre “el poder de la demagogia”, ya que ha podido comprobar el tremendo valor de un chiste o una frase sobre el público a la hora de convencerles sobre un tema concreto. Además, habla sobre “la importancia del estado de ánimo a la hora de hacer humor”, aspecto más que entendible cuando pensamos, por ejemplo, en un monologuista o humorista durante su show, pero que también podría servir para un político, un abogado o un profesor en su labor profesional a la hora de persuadir a su público mediante el uso de herramientas cómicas.

Como podemos ver en la mayoría de encuestados en los tres formatos, para un buen uso del humor es necesaria una predisposición técnica innata, esto es, una capacidad previa que permita en un futuro desarrollar esas aptitudes. Sin embargo, lo que muchos de los que se dedican a la sátira consideran aptitud, podría ser en realidad un tema de “actitud”, ya que esa predisposición podría ser más bien una tendencia placentera ante el humor. Aunque alguno de los entrevistados señala que sus inicios en la comedia parten de una afición por ella, ninguno considera que esta sea una de las razones necesarias para ejercerla. Sin embargo, resulta realmente complicado que alguien llegue a ser bueno en la comedia sin un deseo sustancial previo. En efecto, hay casos de gente que tras muchos años en el oficio pueden afirmar estar “quemados” con el humor al realizar su trabajo tirando únicamente de su técnica y experiencia. Sin embargo, es muy extraño que nadie haya comenzado en el sector sin una afición previa a

la comedia, algo que sí pasa en otras muchas profesiones en las que no hace falta ningún nivel de vocación para ejercerla con éxito.

Es por ello que cuando los encuestados consideran que el oficio requiere de un “talento innato” quizá sea más correcto decir que requiere de una “actitud innata”, puesto que esa necesidad casi irracional que muchos tienen por consumir humor es la que les lleva a intentar imitarlo en su día a día y les sirve como aprendizaje de las técnicas. Los guionistas han crecido viendo series y programas de humor antes de hacer cualquier curso y empezar a trabajar. Los tuiteros y dibujantes lo mismo, han consumido mucha comedia antes de lanzarse a hacerla. Y mientras empezaban a hacerla, consumían aún más, pero también se fijaban en cómo la hacían otros. Ese consumo se da cada día entre millones de personas que ven la TV, leen revistas y leen Twitter, pero muy pocos se deciden a hacerla (ahora con Twitter más). Por lo tanto, consideramos que lo innato no es el talento para crear comedia, sino el placer de disfrutarla y la necesidad de expresarse con ella. Bien es verdad que cuando nos referimos a “innata” es por basarnos en las respuestas de los encuestados, ya que el humor responde más bien a aspectos culturales que biológicos, el humor en sí no es algo con lo que se nace aprendido, como sí lo es la función de comer.

### **3.2.3 Cómicos profesionales**

Cada vez es más habitual que humoristas profesionales reflexionen de manera pública sobre la comedia en sus shows, por redes sociales o en entrevistas. Temas como los límites del humor, su capacidad de persuasión o la propia naturaleza de la risa son cada vez más debatidos, sobre todo cuando surgen polémicas relacionadas con determinados chistes o humoristas. Las

redes han multiplicado la presencia y consumo de comedia y, a su vez, han permitido una democratización del sector, con sus ventajas e inconvenientes. Por un lado, al aumentar la oferta y hacerla más accesible a todo el mundo es más fácil encontrar cómicos de distintos lugares con temas y formatos novedosos. Por otro lado, esta democratización ha implicado que se precarice el sector y muchos humoristas profesionales lo tengan más complicado para vivir de ello. Además, este aumento de la competencia ha provocado que muchos cómicos, sobre todo los menos experimentados, hayan tenido que arriesgar más de la cuenta para darse a conocer y hayan sobrepasado algunos límites dentro del humor de manera contraproducente, provocando ofensas, polémicas y confrontaciones vacías e innecesarias que solo han generado ruido y malestar dentro del entorno de la comedia. Resulta especialmente interesante estudiar sus reflexiones sobre estos temas ya que, a diferencia de guionistas o dibujantes satíricos, los cómicos profesionales están mucho más expuestos al ser ellos quienes escriben el texto y a su vez dan la cara sobre lo que dicen.

Sobre qué es el humor reflexionan Javier Cansado (colaborador en *Ilustres Ignorantes* de Cero, *La Ventana* de La Ser y *Zapeando* de La Sexta) y Eduardo Galán (creador de la revista *Mongolia*) en una charla organizada y publicada por la revista *Jot Down* en 2019 bajo el título de “¿Quién decide lo que tiene gracia?”<sup>39</sup>. Uno de los temas es cómo el humor ayuda a humanizar a los políticos y su discurso. Galán pone el ejemplo de Esperanza Aguirre, quien no teniendo formación o recursos cómicos que le pudieran ayudar a mejorar su imagen, supo aprovechar la cara que *Caiga Quien Caiga* dio de ella como un personaje simpático y afable que aceptaba entrar al juego de las bromas de los ácidos

---

<sup>39</sup> Fuente: [https://www.jotdown.es/2019/08/quien-decide-lo-que-tiene-gracia/?no\\_cache=1](https://www.jotdown.es/2019/08/quien-decide-lo-que-tiene-gracia/?no_cache=1)

reporteros del programa a pesar de que su posición años después se fuera endureciendo hacia un discurso mucho más agresivo y conservador. Galán señala que Donald Trump también podría haberse aprovechado de esta imagen cercana y humana que dan algunos políticos cuando los medios tratan de atacarlos para resultar más simpáticos al electorado. Según el propio humorista, no sería culpa de *Caiga Quien Caiga* o de otros medios satíricos que Esperanza Aguirre o Donald Trump lleguen al poder, pero sí que han de tener cuidado ya que pueden ayudar a mostrar como accesibles y amables a políticos con una línea discursiva y de actuación agresiva. Sobre este mismo tema, Cansado apunta que el humor no es inocuo y que a nivel político puede ser contraproducente ya que, volviendo al ejemplo de Trump, cuando los candidatos de la oposición se burlan de él y tratan de dejarle en ridículo se puede generar en el simpatizante republicano el efecto contrario y defender aún más a su candidato. Esta situación la vemos en muchos partidos o políticos cuando empiezan y suelen adoptar posiciones extremas o más radicales buscando situarse como “enemigos del sistema” para empatizar con el votante que no se siente identificado con el panorama político del momento. Utilizan la táctica de denunciar que se sienten injustamente atacados por el poder y que vienen a cambiarlo todo. En España esto lo hemos podido ver en los inicios de los tres grandes partidos surgidos en los últimos años, tanto los más radicales como Podemos y Vox como con Ciudadanos, cuyo discurso prioritario ha sido el de sentirse atacados y desprotegidos en Cataluña por el independentismo nacionalista.

Volviendo a la reflexión de Cansado, es muy importante que el político, el periodista o el cómico sean conscientes de que en la actualidad su mensaje

puede llegar a públicos mucho mayores, por lo que, si decide intentar ridiculizar a un dirigente, bien con humor o sin él, debe tener en cuenta que puede conseguir el efecto contrario. Es por ello que el uso del humor para atacar a políticos cuya posición es defensiva (tanto de izquierdas como de derechas) ha de buscar una sátira más racional que emocional, ya que el votante fácilmente empatizará con el agredido más que con el agresor. La comedia en estos casos ha de ser muy precisa y argumentada con datos y evidencias para conseguir el efecto deseado, ya que la burla fácil o la acusación infundada solo ayudará aún más a promocionar su imagen victimista. En la actualidad no se entiende que el humor deba ir de “abajo a arriba”, de humilde a poderoso o de izquierda a derecha, ya que como hemos podido ver muchos ciudadanos no sienten que las formaciones de derecha tengan privilegios y poder sobre las de izquierda, sino que muchas veces es al revés.

Una de las tácticas empleadas por Vox ha sido la de denunciar que se sentían infrarrepresentados y con una menor posibilidad de difusión por la censura a la que le sometían los grandes medios de izquierda. Aunque pueda no tener mucho sentido ya que una de las dos grandes empresas televisivas de España, *Atresmedia*, tenga una tendencia conservadora, muchos simpatizantes de la formación de ultraderecha han asumido como real esa situación, por lo que vemos que partidos y votantes supuestamente en una posición de poder se sienten discriminados y oprimidos. Es por ello que el humor ha de ser especialmente preciso cuando se enfrente a posiciones radicales o populistas, pues, aunque el emisor las pueda considerar como parte del “arriba”, una crítica injusta o arrogante puede hacerlas sentir ante los votantes como “abajo”.



Sobre el poder del humor como herramienta de persuasión política, Galán se muestra muy escéptico ya que considera que es bastante difícil cambiar la intención de voto o su ideología simplemente con chistes. De hecho, tanto él como Cansado afirman que el único resquicio en el que la comedia podría trabajar de forma eficaz sería en los más jóvenes que aún están definiendo sus valores y posicionamientos políticos. Sin embargo, resulta complicado considerar que la ideología de una persona se mantenga firme e inamovible durante toda su vida ya que, como hemos visto en los últimos años, la aparición de nuevas formaciones ha hecho que un gran número de votantes cambien de papeleta respecto a su decisión tradicional. Cabría aquí plantearse si estas formaciones con sus nuevos postulados han convencido a ciudadanos que antes no se habían planteado ciertos debates o si, por el contrario, estos partidos han sabido recoger planteamientos y actitudes que las formaciones tradicionales habían desatendido. Si la ideología de los votantes se mantuviera estable durante todo el tiempo no cabría pensar que el humor tuviera capacidad alguna de ejercer un papel efectivo en la persuasión, pero la situación política actual nos muestra que el debate ha virado hacia postulados más emocionales que racionales. Quizá habría que especificar correctamente qué tipo de humor es efectivo y cuál no y bajo qué actitudes, para lo cual realizaremos al final del trabajo una guía de herramientas que dé algunas pautas sobre un mejor uso de la comedia.

En esta línea también se muestra el cómico Ignatius Farray (*La Vida Moderna* en *La Ser*) aunque con ciertos matices. En una entrevista concedida al diario

*Público*<sup>40</sup> en julio de 2019 comparte la posición de Galán y Cansado sobre la posibilidad de que el humor sirva de manera involuntaria para banalizar a la ultraderecha. Según el cómico, “cuando alguien trata de ridiculizar una idea puede pensar que está satirizando, pero lo más probable es que humanice a la persona más nefasta”. Sobre el tema de Trump también señala que la comedia consiguió que fuera alguien entrañable y que “es ridículo pensar que haciendo chistes vas a conseguir que la gente no vote a la ultraderecha”. Sin embargo, a pesar de no confiar en el poder del humor como herramienta política, considera que es muy útil a la hora de “conquistar libertades”, ya que *“cuando te ríes de algo entras en comunión con un grupo de gente y puedes replantear ciertas convenciones de la sociedad y decir cosas no permitidas fuera de ese círculo”*. En esa misma línea también afirma que “lo contrario de la risa no es el llanto, es el miedo”, de forma que cuando la comedia funciona correctamente lo que se produce es “conciliación y libertad”. Este punto resulta crucial para comprender el valor del humor a la hora de servir como herramienta de persuasión, ya que como señalan Fessler, Pisor y Holbrook (2017) las personas de derechas lo son porque son más miedosas, se fijan más en las malas noticias e intuyen en ellas un riesgo. En el estudio realizado las personas de ideología conservadora daban más veracidad a las noticias malas que a las buenas.

El psicólogo José Guillermo Fouce<sup>41</sup> afirma en un artículo de *El País* (Martínez, 2017) que la estructura dominante del miedo enmarca la forma de ver el mundo y actuar con él. *“Puestos a elegir entre seguridad e igualdad o libertad, [los conservadores] prefieren lo primero. Están de acuerdo en renunciar a*

---

<sup>40</sup> Fuente: [www.publico.es/sociedad/ignatius-farray-ignatius-farray-ridiculo-pensar-haciendo-chistes-vas-gente-no-vote-ultraderecha.html](http://www.publico.es/sociedad/ignatius-farray-ignatius-farray-ridiculo-pensar-haciendo-chistes-vas-gente-no-vote-ultraderecha.html)

<sup>41</sup> Presidente de la Fundación Psicología sin Fronteras y autor del libro *Psicología del Miedo* (2015). Ed. Alfaomega, Madrid

*derechos y libertades a cambio de sentirse seguros*". Fessler también apunta a que los conservadores están más preocupados por el terrorismo y el crimen que los progresistas y son más propensos a creer afirmaciones falsas, ya que tienden a ser más autoritarios y a intentar entender y ordenar un mundo y una realidad que no comprenden. Esta relación entre miedo y voto conservador unida a la afirmación de Farray sobre que lo contrario de la risa es el miedo apunta al poder de la comedia como herramienta para combatir políticas represoras y en contra de las libertades. Si el humor es capaz de disminuir el miedo de una población será más probable que opten por votar a partidos y dirigentes progresistas, lo que demostraría el poder del humor como herramienta de persuasión o estrategia psicológica, no ya solo en el mensaje sino directamente desde los propios códigos cómicos.

El consumo de humor en sus múltiples formas generaría un efecto de optimismo y empoderamiento que liberaría de ciertos miedos a los ciudadanos e inclinaría su voto hacia posiciones más progresistas. Sin entrar demasiado en detalles, ya que el tema daría para un estudio mucho más amplio, podemos ver cómo los informativos de *Antena 3*, de una posición más conservadora, incluyen un gran número de noticias dramáticas y violentas tanto nacionales como extranjeras buscando generar en el espectador una sensación de desamparo y desasosiego, mientras que los formatos del humor a lo largo de su programación diaria resultan cada vez más escasos. Por el contrario, la cadena *La Sexta* desde sus inicios en 2006 hasta que fue adquirida por el grupo *Atresmedia* hizo gala de defender posiciones progresistas y de tener el mayor contenido de comedia de todas las emisoras en abierto con programas diarios como *Sé lo que hicisteis* o *El Intermedio*.

Sobre el uso del miedo como mecanismo político encontramos también el documental inglés de 2005 *The Power of Nightmares*<sup>42</sup> para la BBC, donde el periodista Adam Curtis señala refiriéndose en a la guerra de Irak que los políticos han usado el miedo para incrementar su control y poder de la sociedad. Apunta que los ciudadanos estadounidenses han cambiado su miedo a la Unión Soviética por el del terrorismo islamista. Esta política de lanzar mensajes desalentadores a la población habría permitido a dirigentes de aquel momento como George W. Bush en Estados Unidos, Tony Blair en Gran Bretaña o José María Aznar en España implementar medidas y leyes restrictivas con los derechos civiles y libertades individuales en favor de una supuesta mayor protección y seguridad. Uno de los ejemplos más ilustrativos respecto a esta disyuntiva entre miedo y risa sería el nulo papel del humor en todo lo relacionado con el ejército y las fuerzas de seguridad. Es por ello que, al margen de los colores o definiciones propias que den los partidos o los políticos de sí mismos, las afirmaciones o decisiones que soporten mayor control y restricción de las libertades individuales en favor de la seguridad, justificadas o no, pueden ser contrarrestadas con comedia y sátira, sin importar siquiera su contenido, ya que la risa es una de las mejores herramientas para romper el círculo vicioso del miedo y la sinrazón.

Si nos vamos a otro nivel diferente del uso del humor como herramienta de persuasión nos encontramos este tweet de *Ignatius Farrah*, quien suele reflexionar con profundidad e ingenio sobre la comedia en el programa de la *Cadena Ser La Vida Moderna*.

---

<sup>42</sup> Fuente: [https://www.youtube.com/watch?v=LYcqNqnWIII&has\\_verified=1](https://www.youtube.com/watch?v=LYcqNqnWIII&has_verified=1), consultado el 16/10/2019

Imagen nº 35. Tuit de *@IgnatiusFarray*, 01/09/2018



El cómico apunta al poder del humor no solo como estrategia para persuadir ideológicamente, sino como medio en el que debatir y refutar falacias de manera efectiva y además mantener un entorno de diálogo saludable y constructivo. *Ignatius* afirma que el ejercicio óptimo y deseable de la comedia debería concluir con un acercamiento de posiciones en el que en vez de vencer al oponente se le consiga convencer mediante argumentos apoyados de humor. Sin embargo, el tweet concluye que esto no es ni mucho menos sencillo y que exige un esfuerzo considerable, ya que requiere de un nivel de práctica e ingenio a la hora de elaborar el texto y la actitud con la que se expresa no apta para principiantes. Es por ello que en las conclusiones hemos elaborado una guía con recomendaciones para conseguir una comunicación a través del humor más efectiva.

Por último, *Ignatius* realiza un metachiste en el propio tweet para mostrar cómo ha de ser dicho empleo del humor. Hace un gag por contraste en donde el principio del mensaje es inspirador y positivo y lo resuelve con un mensaje al instante con una frase que invita a tener los pies en la tierra a la vez que genera

hilaridad. La sátira política y social habría de funcionar de una manera parecida a este tweet, conectar un mensaje profundo y evidente con un gag que a la vez que nos haga reír nos contextualice y matice dicho mensaje.

**Imagen nº 36. Tuit de @IgnatiusFarray, 12/11/2019**



En este tweet realiza una acción parecida al señalar que la subida del partido Vox en las elecciones de noviembre de 2019 fue mala, pero, a la vez, de manera casi paradójica, fue buena por el hecho de conseguir que las fuerzas de izquierda PSOE y Unidas Podemos pactaran. *Ignatius* lanza un mensaje complejo que genera hilaridad por la incongruencia de decir que algo es malo y bueno a la vez, aunque en seguida se entiende el verdadero significado del enunciado.

### **3.3 Nuevos formatos y plataformas satíricas durante la legislatura: Twitter y Mongolia**

Aunque *Twitter* naciera en 2006 no fue hasta la llegada de Rajoy al poder y otros eventos como el 11M cuando coincidió que la red social comenzó a crecer y alcanzar una gran difusión en España, por lo que estudiaremos su impacto satírico a partir de 2011. La llegada del PP al poder tras ocho años de gobierno

socialista también fue uno de los causantes de la aparición de *Mongolia*, revista de formato tradicional que, sin embargo, rompía con la estructura clásica de viñeta y sátira española para criticar desde una posición de izquierdas y radical al poder.

Durante este periodo se mantuvieron también otros formatos satíricos como *El jueves*, *El Intermedio* o *Buenafuente*, aunque nos centraremos en los dos primeros ya que son los que más evolucionaron con la llegada del PP al poder y fueron más agresivos en sus críticas al poder, sobre todo el programa de *El Gran Wyoming*, que consiguió un importante incremento de audiencia gracias en gran parte al cambio de panorama político.

### **3.3.1 Twitter**

Twitter es una red social de microblogs creada en 2006 por Jack Dorsey en la que originalmente se podían escribir mensajes de un máximo de 140 caracteres (280 desde noviembre de 2017) que son leídos por los seguidores del usuario. A su vez, el usuario también puede leer los mensajes de los otros usuarios a los que sigue, salvo que este le haya bloqueado (Jorge, 2011).

Según datos de la propia empresa, Twitter contaba en 2018 con 320 millones de usuarios en todo el mundo. Sin embargo, su crecimiento se ha estancado y apenas consigue ya nuevos usuarios, mientras que Facebook ganaba en 2017 setenta millones de perfiles (Toledano, 2017) hasta superar los dos mil millones, seis veces más que la red social de microblogging.

Parte del éxito se debe al formato de la red, en donde el límite inicial de los 140 caracteres, posteriormente ampliado a 280, obliga a mensajes concisos, concretos y directos. No ha sido creada para explayarse con un sinfín de

argumentos sobre un tema, como se puede hacer en Facebook, sino que busca condensar un efecto de mayor impacto sobre el receptor. Ello implica una mayor técnica de redacción para decir muchas cosas con pocas palabras, por lo que la propia red ha creado sus propias fórmulas o plantillas de uso que los usuarios habituales comprenden fácilmente. En el caso del humor esto se ve claramente, ya que hay cierto tipo de chistes – tipo cuyo formato se va adaptando a la situación concreta. Teniendo en cuenta que el espacio para comunicar es muy reducido, contar con una red que domina los mismos referentes es imprescindible para el correcto uso e interpretación de los mensajes en Twitter. Para alguien ajeno al funcionamiento de Twitter o de las propias redes sociales, los mismos mensajes podrían tener un significado totalmente distinto o incluso llegar a no poder entenderse del todo.

Un ejemplo de chiste típico en Twitter es el de cómo se dice en cada país una cosa o cómo se refieren a ella. En este caso se trata de explicar de manera graciosa que en todo el mundo conocen a Al Pacino salvo en España, donde se le llama “Robert de Niro no, el otro”.

**Imagen nº 37. Tuit de @Modernicidio, 22/03/2018**





Si este chiste lo hubiera contado un monologuista en un escenario (quizá lo haya hecho), tendría que haber recurrido a una larga explicación, haciendo hincapié en que en España no conocemos o confundimos los nombres de actores extranjeros. Sin embargo, en Twitter, usando los emoticonos se puede mostrar lo mismo de una manera mucho más condensada y probablemente más graciosa. En este caso, al tratarse de banderas de países muy conocidos la referencia es común tanto para usuarios como no usuarios de Twitter. Este ejercicio de abreviación de los textos y los chistes es imprescindible en esta red social, y una correcta condensación puede suponer un incremento de la carga cómica.

Las redes sociales como Twitter o Facebook, con su diferente formato a la hora de lanzar los mensajes, han servido para democratizar el género de opinión, hasta ese momento unidireccional y reservado casi en su totalidad para los políticos y los periodistas. Cabe recordar las “cartas al director” como uno de los escasos espacios en los que la ciudadanía anterior al siglo XXI podía expresar sus opiniones de manera directa y personal sin ningún intermediario y que llegara al debate público. En la actualidad, se ha revertido ese desequilibrio y cualquier ciudadano a través de un dispositivo conectado a las redes sociales puede participar en el debate e incluso interpelar directamente a periodistas y políticos. Esta democratización y apertura del debate ha permitido la aparición de nuevos actores en la red que, bien por sus análisis, sus comentarios o sus bromas satíricas han conseguido una gran difusión gracias a su elevado número de seguidores, convirtiéndose en líderes de opinión (Lazarsfeld, Berelson y Ring, 1944) y dedicándose profesionalmente a ello cuando hasta hace poco tiempo desempeñaban trabajos con poca o ninguna relación. Uno de estos

tuiteros satíricos con más de cien mil seguidores ha afirmado que su trabajo anterior era funcionario de prisiones y que los tuits los empezó escribiendo en sus ratos libres porque se aburría.

Por su parte, los propios políticos también han encontrado en Twitter y las redes sociales, incluso Instagram, un espacio que les permite lanzar sus mensajes, políticos o no, sin la necesidad de depender de la estructura del partido a la hora de organizar un mitin, una rueda de prensa o una entrevista para un medio. Como explica Fernández (2012, pp. 10),

*“Twitter es un buen medio para la comunicación política, ya que en cualquier campaña es conveniente ofrecer demostraciones de fuerza numérica. Hay un segmento importante en el electorado que se basa en las manifestaciones de poder y en las predicciones de victoria para finalmente tomar su decisión de voto”.*

A partir de la difusión generalista de las redes sociales, los partidos y políticos que no las utilizan pierden un gran instrumento comunicativo. Sin embargo, también es cierto que un mal uso de ellas o incluso una pequeña coincidencia puede hacer que un político pierda parte de su apoyo o imagen al ser partícipe de una polémica, ya que la utilización de dichas redes no es sencilla y, sobre todo en los primeros años, la falta de experiencia tanto a la hora de emitir como de interpretar los mensajes ha generado diversas polémicas. Como ejemplo nos encontramos con el caso de Maxim Huerta, ministro de Cultura y Deportes durante seis días del gobierno de Pedro Sánchez (junio 2018 – actual). Huerta, antiguo colaborador de programas del corazón como Ana Rosa en Telecinco, había dejado atrás su carrera televisiva en 2014 para dedicarse a la literatura, ganando varios premios. Sin embargo, el conocimiento que poseía sobre la

cultura no lo tenía sobre el deporte, y en varios tweets que poco tardaron en salir a la luz escribía su profundo rechazo por él.

**Imagen nº 38. Tuit de @maximhuerta, 26/04/2010**



El ministro borró su cuenta de Twitter para evitar que se pudieran recuperar, aunque ya había miles de pantallazos con los tweets guardados. Se excusó por ellos y afirmó que no sentía lo que había puesto en ellos y que su labor al frente del ministerio no se vería afectada para nada en el área de deportes. Sin embargo, a pesar de solventar dicha polémica, tuvo que dimitir pocos días después cuando se supo que había sido condenado años atrás por montar una sociedad para evadir impuestos.

**Imagen nº 39. Tuit de @maximhuerta, 21/02/2012**



Respecto a Hacienda también tenía tweets en tono de broma que aumentaron la polémica al conocerse todo, por lo que tuvo que dimitir, pedir excusas y borrar su cuenta de Twitter. En este caso no había sido por lo escrito mientras estaba al cargo, pero su nombre quedó manchado por antiguos mensajes.

### **3.3.2 Mongolia**

*Mongolia* es una revista satírica mensual creada a principios de 2012 por Darío Adanti, Eduardo Galán, Fernando Rapa y Pere Rusiñol y publicada por la Editorial Mong, con sede en Barcelona (C.H., 2012). Su estilo y línea editorial son mucho más duros y ácidos que el resto de revistas analizadas hasta el momento, con un tratamiento de los temas aún más agresivo incluso que el de *El Jueves*. *Mongolia* lleva la sátira hasta la raíz, criticando aspectos del poder y la sociedad improbables de ver en otro tipo de medios. El tono que utilizan es ácido, polémico e incluso voluntariamente ofensivo, buscando una reacción provocadora en el espectador.

En su empeño por mostrarse como un elemento contrario al sistema establecido, *Mongolia* nace en formato papel en un momento en el que la tendencia en los medios era la contraria, cada vez con una apuesta mayor por los contenidos digitales y una menor difusión en formato físico. Cuenta con una tirada media de cuarenta mil ejemplares mensuales (Font, 2015), aunque también se muestra muy activa en redes sociales como Twitter, donde tiene más de cuatrocientos mil seguidores. Además, sus responsables han creado un musical satírico que ha girado por varios teatros españoles, tienen una sección en el programa de información política *Al Rojo Vivo* de *La Sexta* desde 2017 y una serie semanal en la plataforma *Flooxer* llamada “Mongolia te lo explica”. En

todos ellos tratan temas parecidos a los de la revista con su habitual humor ácido y agresivo y haciendo hincapié en la libertad de expresión y la necesidad de la comedia como herramienta contra el poder. Este salto del formato papel de Mongolia al audiovisual ha permitido a sus autores llegar a un público mayor, aumentar la fidelización y mejorar la exposición de sus contenidos al contar con nuevos recursos técnicos (Gascón-Vera, 2020). Esto les permite general material de manera más continuada y cercana a la actualidad, ya que la periodicidad de la revista es mensual, mientras que en la televisión o internet pueden publicar de manera diaria e inmediata.

Su primer número vio la luz apenas cinco meses después de la llegada de Mariano Rajoy al poder y en la portada ya mostraban las líneas sobre las que iba a caminar la revista. Aparte de la crítica al nuevo presidente de gobierno con el titular "*España tiene una salida (Barajas)*" en el que señalan que bajo el gobierno del PP lo mejor que se puede hacer en España es huir, también enseñan sus otros dos objetivos recurrentes: la Iglesia y la Corona.

Imagen nº 40. Portada de *Mongolia*. Nº 1, 04/2012



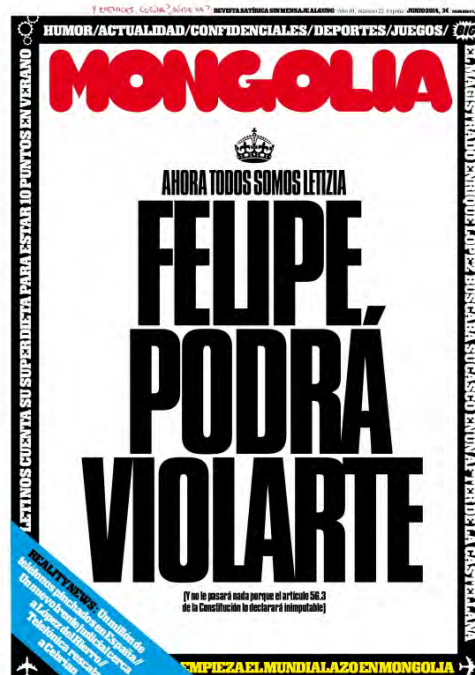
Fuente: [revistamongolia.com/revista/espana-tiene-una-salida-barajas](http://revistamongolia.com/revista/espana-tiene-una-salida-barajas)

La crítica a ambas instituciones se realiza mediante titulares inventados, como “*Suspenden la Semana Santa. Aparece el cadáver de Cristo*” y “*El Rey (Juan Carlos I) confundido con un oso panda*”. Con esto, tratan de ridiculizarlas como respuesta a los privilegios históricos que aún en la actualidad mantienen. La burla sirve como herramienta humorística para tratar de eliminar la relación de un poder no democráticamente elegido a través de denigrar ambas instituciones. Este ejercicio de atacar los elementos de solemnidad que mantiene el poder para mostrarse como inexpugnable ante la ciudadanía, es táctica habitual entre la sátira humorística y llevada a sus límites por *Mongolia*.

Al moverse en los límites del humor y tocar temas más sensibles, la revista ha protagonizado varias polémicas desde su nacimiento, algunas de ellas de manera deliberada. Un ejemplo de ello lo encontramos en el número 23 de junio de 2014, en el que titulaban a toda página “*Felipe podría violarte*” con el subtítulo

en pequeño “Y no le pasará nada porque el artículo 56.3 de la Constitución lo declara inimputable”. Este agresivo titular viene a mostrar la injusticia que supone que haya un ciudadano que pueda cometer un delito sin tener que responder por sus actos. No se trata en este caso de una crítica contra el Rey Felipe VI en sí, ya que por aquel entonces no se encontraba en ninguna polémica en concreto, pero esta situación llevada al extremo sirve para mostrar el desacuerdo de la revista con los privilegios de una institución con la que están en contra. Tras la publicación del número se rumoreó que podría ser secuestrado por la justicia e incluso en redes sociales hubo gente que lo pidió, pero se entendió que detrás de un titular tan polémico solo se encontraba una crítica razonable y respetuosa contra los privilegios de la Corona y no contra el Rey en sí.

Imagen nº 41. Portada de *Mongolia*. Nº 23, 06/2014



Fuente: [revistamongolia.com/revista/felipe-podra-violarte](http://revistamongolia.com/revista/felipe-podra-violarte)

Otro ejemplo de su estilo transgresor lo encontramos en la portada del número 32 de abril de 2015 con el titular “Viva Cristo Gay” en plena Semana Santa. Como explicación, incluye el texto “*Si este tipo que se llama Cristo dijo que todos somos Él y muchos de nosotros somos gais, ¡No se hable más! ¡Viva Cristo gay, Súper Dios gay y la madre que los parió!*”.

Imagen nº 42. Portada de *Mongolia*. Nº 32, 04/2015



Fuente: [revistamongolia.com/revista/viva-cristo-gay](http://revistamongolia.com/revista/viva-cristo-gay)

Esta portada, con un tono tan marcadamente provocador, teniendo en cuenta que además fue lanzada en plena Semana Santa, generó un sinfín de protestas en Twitter pidiendo su retirada y amenazando e insultando a sus editores. En esta ocasión tampoco pasó nada, entendiéndose que el titular jugaba con una



interpretación libre y satírica de los textos religiosos. En este caso, la explicación que hacen del titular razonando por qué Cristo debe ser gay es una técnica de reducción al ridículo, mostrando la incoherencia que supone la homofobia de parte de la Iglesia Católica cuando su salvador propugna la palabra del amor y la fraternidad.

*Mongolia* vive en la polémica constante como forma de existencia, ya que esa necesidad de ofender y molestar forma parte de su línea editorial. Algunas otras controversias también importantes fueron su portada “Hija de puta” en su número 12 con una foto de la infanta Elena en la que en realidad en pequeño ponía “imputada” (Cruz, 2013), la condena a pagar 40.000 euros por vulneración del honor de José Ortega Cano en un cartel publicitario de su musical (20 Minutos, 2018) o la esquila que publicaron con la muerte de Mariano Rajoy en su número 9 (Mongolia, 2013).

### **3.4 Temas y situaciones que han provocado humor y sátira**

Para conocer el funcionamiento del humor hemos elegido quince fechas clave durante la primera legislatura de Rajoy y hemos analizado la respuesta cómica de la sátira y la respuesta de los partidos políticos en la oposición.

Para ello, se han seleccionado quince de las fechas que más polémicas y críticas levantaron en los medios y la ciudadanía del primer gobierno de Rajoy. Tratan sobre temas relacionados con la crisis económica, la corrupción, las contradicciones del gobierno o la propia ineficacia comunicativa del Partido Popular.

El procedimiento realizado es recoger tweets, viñetas de *Forges* y *El Jueves* y chistes de *El Intermedio* relacionados con cada fecha y analizar cómo dichos

chistes atacaban las medidas y afirmaciones del gobierno y las herramientas que usaban, mostrando el proceso lógico o racional mediante el que trataban de confrontar las decisiones o afirmaciones del gobierno.

Todo ello se ha ido comparando con la estimación de voto del CIS para cada periodo y las audiencias de los distintos formatos satíricos, viendo el efecto de dichas respuestas sobre la ciudadanía a la hora de decantarse por un partido u otro y por el incremento de consumo de sátira política.

Hemos querido examinar la respuesta de la sátira ante estas situaciones para valorar su papel dentro de una democracia y comprobar su capacidad para modificar los resultados de las elecciones. Como señala el tuitero Gerardo de la Torre:

*“Haya o no elecciones, una sociedad democrática es más sana cuanto mejor salud tenga sus medios satíricos. ¿Te sentirías seguro yendo de vacaciones a un país donde se persiga la sátira? Creo que todos tendríamos miedo de visitar un país así. Son fundamentales porque representan la capacidad de una sociedad de ser libre y respetar la libertad”<sup>43</sup>.*

Según dicho especialista, la sátira se convierte en una salvaguarda de la democracia ya que permite confrontar al poder complementando el trabajo del periodismo y llegando a lugares donde este no llega. Como bien señala De la Torre, las sociedades en las que se trata de limitar el trabajo y la libertad de los medios de comunicación suelen también atacar a los cómicos satíricos, ya que ambos desde sus posiciones realizan un trabajo de contrapoder crítico con el sistema establecido. Esto sucede en muchos países subdesarrollados, pero

---

<sup>43</sup> Entrevista realizada a Gerardo de la Torre vía correo electrónico el 05/05/2018

también en muchos de los considerados como “primer mundo” que han hecho gala de defender los valores de la libertad de expresión, como en varios casos relacionados con Donald Trump en Estados Unidos o en España a raíz de la conocida como “Ley Mordaza”.

Yendo más allá y también estableciendo una conexión entre sátira y periodismo, Javier Durán señala que:

*“Tal y como está el periodismo y los medios de comunicación creo que la sátira (sea a nivel personal o profesional) es la única forma de contrapoder que tenemos en la actualidad. En este aspecto han ayudado mucho las redes sociales y su enorme repercusión sin tener el hándicap de tener que responder a intereses económicos de grandes empresas”<sup>44</sup>.*

Durán se muestra muy escéptico respecto a la libertad de los medios de comunicación tradicionales y su dependencia de las empresas anunciantes y considera que las redes sociales y los nuevos formatos permiten hablar y opinar sobre temas de los que el poder establecido supuestamente no permitiría. A este respecto, hemos visto que, en los años de la crisis, coincidiendo con la caída de ingresos por publicidad y la revolución digital, muchos medios de comunicación sufrieron enormemente en el aspecto financiero, lo que llevó a algunos de ellos a verse obligados a perder su independencia dejando entrar en su accionariado a inversores de ideología muy diferente. Entre estos casos, resaltan principalmente *La Sexta* (Europa Press, 2012) y *El País* (Torrús, 2014), quienes durante años habían sido abanderados de la prensa progresista y su delicada situación financiera les llevó a ceder parte de su accionariado perdiendo

---

<sup>44</sup> Entrevista realizada a Javier Durán vía correo electrónico el 01/03/2017

independencia sobre sus contenidos y, en muchos casos, reduciendo su credibilidad ante sus usuarios habituales.

Durán señala que esta falta de independencia de los medios tradicionalmente referentes del progresismo en España supone un duro ataque al contrapoder ejercido por el periodismo, por lo que serían las redes sociales y los ciudadanos anónimos los que habrían de llenar dicho hueco a través de la sátira política como ya hemos visto en anteriores ocasiones.

En las fechas clave seleccionadas se ha podido comprobar que el nivel de sátira de muchos tuiteros anónimos es más agresivo, crítico y a veces hasta ingenioso que el de los medios de comunicación tradicionales a pesar de contar con profesionales experimentados en el cargo. A este respecto, y entrando en el caso particular de Javier Durán, primero estuvo en el programa de Buenafuente de *La Sexta*, *En el Aire*, que luego cambió a la televisión de pago y en la actualidad se emite en el canal 0, en donde se suele trabajar con mayor libertad al no depender de anunciantes ni ser tan estrictos con las audiencias. Es por ello que Durán señala tan claramente el valor de la independencia a la hora de escribir sátira. Incluso yendo un paso más allá, en su cuenta personal de Twitter, se permite criticar temas que sería raro ver incluso en una cadena de pago como Movistar.

### Imagen nº 43. Tuit de @tortondo, 07/11/2018



Fuente: <https://twitter.com/tortondo/status/1060082142871461888>

En este tweet, por ejemplo, Durán critica la polémica sentencia por la que el Tribunal Supremo eliminaba la obligación de los bancos de pagar el impuesto de las hipotecas (Parera, 2018). Aunque varios medios satíricos hablaron sobre el tema y criticaron la decisión del Supremo, resultaría impensable ver en televisión, incluso en una cadena de pago, un ataque a un banco en concreto como en este caso con el Santander. Sin embargo, desde las redes sociales pueden hacerlo, por lo que vemos que Twitter o Facebook complementan a los medios de comunicación tradicionales e incluso llegan más allá en su capacidad de crítica al tener un nivel de independencia mucho mayor.

Sin embargo, tuiteros como @norcoreano consideran que parte de esta sátira producida por los medios tendría un efecto contrario al deseado, ya que según él utilizan “la sátira para lanzar un mensaje simple y maniqueo que cale en la población y la distraiga de interesarse por la complejidad de los problemas”. Esta afirmación nos lleva al caso opuesto de las redes sociales, en donde es verdad

que se puede encontrar comedia crítica de calidad, pero también mucho “mensaje simple y maniqueo” que lo único que hace es viciar el debate y distraer la atención hacía temas menos relevantes.

Las redes como Twitter han supuesto una clara democratización a la hora de atacar y contrarrestar el poder establecido, pero ese proceso que permite a ciudadanos anónimos opinar de todo en cualquier momento no deja de ser un arma de doble filo. Debatir sobre un tema con seriedad y rigor teniendo en cuenta que en esta red social los mensajes solo pueden tener 280 caracteres se antoja complicado ya que, al verse condicionados por un espacio tan reducido, se busca la mayoría de las veces el efectismo de una frase potente antes que una argumentación sólida y basada en datos. Ante esta situación y teniendo en cuenta que Twitter no tiene apenas filtros sobre el contenido de los mensajes, la calidad del debate muchas veces se pierde y se busca el conocido como “zasca”, intentar dejar mal al rival con una frase explosiva que zanje la discusión, tenga algo que ver con el debate o no y en ocasiones llegando incluso al tema personal.

Para esta investigación hemos elegido tuiteros con experiencia y dedicación por la sátira, aunque se hayan iniciado en ella a través de Twitter. No sería justo ignorar que por cada mensaje ingenioso, consistente y efectivo existen muchísimos más que lo único que consiguen es ensuciar el debate hasta que se vuelva algo superfluo y agotador. Las redes sociales no dejan de ser un espacio que apenas lleva una década entre nosotros, por lo que aún existe cierta inmadurez en su uso, incluso entre los más experimentados. Como preconizaba Aldous Huxley en *Un mundo feliz* (1932), la banalización del debate haría que a nadie le acabe importando la realidad en sí ni los hechos, sino el espectáculo y la polémica constante. Twitter es una plataforma importante que sirve como

plataforma para encontrar sátira de buena calidad, pero dicho proceso de búsqueda implica un conocimiento del uso de las redes que nos permita saber a quién leer, a quién escribir y cómo comunicar para que el proceso de persuasión sea efectivo.

Esta irrupción de la sátira política a través de las redes sociales habría cambiado la forma de comunicar de los políticos en los últimos años, sabiendo que ahora su público cuenta con mayores posibilidades para compartir sus mensajes y para opinar sobre ellos. Esto, según Chisleanschi, no solo habría devaluado el contenido de los mensajes de los usuarios, sino también el de los políticos:

*“Se ha pronunciado aún más el amarillismo y la crispación, a la vista de que hay un reflejo y una respuesta. La sátira, como digo en la pregunta anterior, es una defensa ante el “todo vale”, pero a menudo esta respuesta provoca otra aún mayor”<sup>45</sup>.*

Según la especialista, los propios políticos se habrían visto influidos por el “amarillismo” de las redes y habrían reformulado sus mensajes para que sean más explosivos y emotivos y menos racionales y argumentados, buscando generar un contenido “viral” (compartido una gran cantidad de veces por las redes) y dando titulares “*click bait*” (frases que hacen de cebo de la noticia). Estos efectismos o trucos digitales irían en la misma línea que los “zascas” vistos anteriormente, devaluando la comunicación política tanto por parte de los dirigentes como de los ciudadanos y reduciendo la calidad y sentido de los debates. Quizá este fenómeno se haya visto influido por la necesidad de convertir casi todo en la sociedad actual en espectáculo, llegando hasta el punto

---

<sup>45</sup> Entrevista realizada a Tatiana Chisleanschi vía correo electrónico el 02/03/2017

de conquistar también la política. Lo importante no es que en una argumentación alguna de las partes comprenda a la contraria, sino que la venza, haciendo un símil deportivo, consiguiendo la victoria para el equipo al que se apoya. La verdad política y los problemas reales que desde las instituciones se pueden resolver habrían pasado a un segundo plano y se buscaría entre los dirigentes lo mismo que en cualquier otra persona que salga por la tele o las redes: entretenimiento. El amarillismo y el sensacionalismo habrían calado tan profundamente en la política que su valor se mediría en términos de audiencias y patrocinadores. Y lo más importante, el resultado final sería el de un show infinito, con debates interminables en los que nadie acabaría teniendo razón ni reconociéndola, al contrario, sino buscando la aclamación de los aficionados. Generar bandos en los que posicionarse y mantenerse en ellos hasta la extenuación. Programas de debate político como *La Sexta Noche* cada vez son más similares a otros formatos de debate futbolístico como *El Chiringuito* de Neox o de prensa rosa como *Sálvame de Telecinco*.

La mayoría de cómicos consultados no son tan escépticos sobre el cambio en la forma de comunicar de los políticos en los últimos años. Varios señalan que, aunque la situación haya evolucionado bastante, las posiciones de todos se han adaptado a las nuevas circunstancias y el cambio no ha sido tan notable. Apuntan que es verdad que ha cambiado el lenguaje, la participación de los ciudadanos y el uso del humor de algunos políticos, pero que nos encontramos de nuevo en una situación estabilizada en donde casi todo sigue en su sitio y se mantiene una distancia demasiado alta entre la población y las instituciones.



Navarro<sup>46</sup> considera que la gente se ha acercado a la política y la mira más fijamente, pero los propios políticos han aprendido rápido la lección y se han adaptado a las nuevas normas del juego. Como también apunta Durán, *“algunos políticos han aprendido que el humor es una vía muy interesante de interacción con la sociedad”*, aunque, por otro lado, *“a su vez se han vuelto más cautos para evitar la burla, sobre todo en redes sociales, provocando el efecto contrario, que cada vez midan más sus palabras y sus actitudes”*. La mayoría señalan que la irrupción de las redes ha cambiado muchas cosas en un aspecto formal pero que en el fondo todo sigue prácticamente igual, para una verdadera revolución en la democracia haría falta “una movilización social y política mucho más amplia, y unos controles más férreos e independientes sobre las instituciones”, añade.

Sobre este cambio también nos encontramos con disparidad de opiniones entre los propios expertos, ya que Herrero considera que esta variación en la comunicación política se debe en exclusiva a los nuevos medios digitales y no al aumento de la sátira, y De la Torre afirma que el cambio se debe a que los políticos se han dado cuenta de que el humor es una de las formas más efectivas de comunicar actualmente. En general, consideramos que es una mezcla de las dos, una referida al cambio en el medio y otra al cambio en el mensaje. Lo ideal que es que tanto emisor como receptor tengan la mayor formación comunicativa para que el proceso sea el deseado en un entorno tan cambiante, pero, a su vez, lleno de nuevas oportunidades.

---

<sup>46</sup> Entrevista realizada a Raúl Navarro vía correo electrónico el 02/03/2017

### 3.4.1 El gobierno subirá el IVA y los impuestos especiales en 2013 para recaudar 8.000 millones<sup>47</sup>.

A los pocos meses de llegar al gobierno el PP anunció que subiría el IVA a partir de 2013 pese a que estando en la oposición había criticado al PSOE duramente por ello. Fueron muy señaladas y recordadas las críticas de Rajoy o Esperanza Aguirre años antes con José Luis Rodríguez Zapatero al frente del país en las que acusaban al presidente de subir el IVA a “los chuches” de los niños y hasta crearon la plataforma “NO+IVA” para pedir que no se subiera más ese impuesto. Además, el PP fue muy esquivo a la hora de dar explicaciones sobre su comportamiento y dijo que se debía a la tan repetida “herencia recibida”. En la rueda de prensa en la que anunciaron esta medida, De Guindos rehusó utilizar en ningún momento la palabra “IVA”, probablemente intentando evitar titulares de prensa en los que se verbalizara de manera directa la subida del impuesto que tanto habían criticado anteriormente, una idea un tanto ingenua que no consiguió lo que se proponía pero que sirvió de banco de bromas para la sátira.

#### Imagen nº 44. Tuit de @Els\_quatre\_gats, 28/04/2012



<sup>47</sup>

27/04/2012

[www.20minutos.es/noticia/1402564/0/consejo-de-ministros/plan-estabilidad/equilibrio-presupuestario/](http://www.20minutos.es/noticia/1402564/0/consejo-de-ministros/plan-estabilidad/equilibrio-presupuestario/)

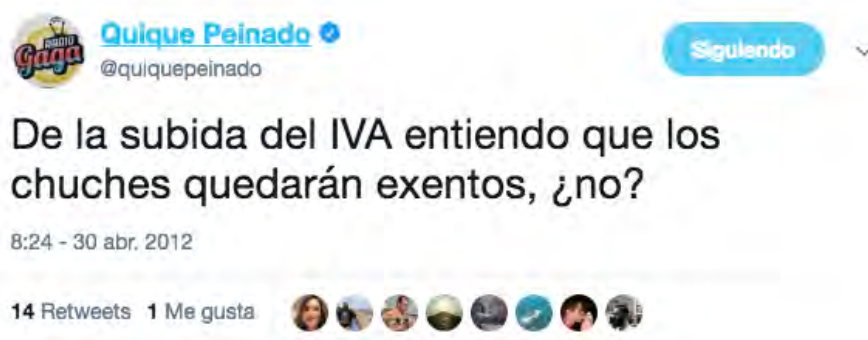
Pareciendo que podría ser sencilla la estrategia crítica del PSOE, podemos apreciar que sus mensajes no fueron todo lo convincentes y persuasivos que cabía esperar.

**Imagen nº 45. Tuit de @Els\_quatre\_gats, 27/04/2012**



A pesar del menor peso de las redes en aquella época, sorprende que desde la cuenta oficial del PSOE durante la semana siguiente al anuncio de la medida solo se hablara en 4 tuits de ello. El volumen de menciones y retweets era menor que en la actualidad, pero proporcionalmente parece una respuesta vaga a nivel cuantitativo. Tampoco se han encontrado por parte del PSOE grandes críticas contra la forma de comunicar la medida del gobierno, algo que en Twitter y en *El Intermedio* sí sucedió.

**Imagen nº 46. Tuit de @quiquepeinado, 30/04/2012**



Nada más publicarse la decisión, el PSOE subió un video a Youtube<sup>48</sup> en el que mostraba un sinfín de declaraciones de políticos del PP criticando el encarecimiento del IVA de Zapatero. Entre ellas se encontraban las ya citadas de Rajoy y Aguirre. Sin embargo, no hay ninguna voz que acompañe dichos audios, por lo que se convierte en un documento falto de interpretación e intención. Se muestran los hechos para demostrar la contradicción, pero no se ahonda en ello, cuando podrían haberse usado herramientas como la ironía. El PSOE no está obligado al uso del humor, pero sí que le podría haber beneficiado, o al menos haber preparado una respuesta más compleja y rigurosa.

**Imagen nº 47. Tuit de @gerardotc, 27/04/2012**



<sup>48</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=BJUjUGopFP4>. Subido al canal oficial en Youtube del PSOE el 27/04/2012. Consultado por última vez el 06/03/2020

La capacidad de persuasión del vídeo del PSOE es bastante reducida, ya que solo muestra la hipocresía del gobierno, pero de una manera muy general. Al no conectar de ninguna manera con las frustraciones de los ciudadanos, parece simplemente una pelea entre élites políticas sin apenas valor real, una ristra de “zascas” en la que lo único que parece importar es sacar los colores al rival. Esta falta de conexión es la que puede mostrar el distanciamiento que empezó a producirse entre el PSOE y sus votantes tradicionales. Los mensajes fueron contra el PP, no en defensa de los ciudadanos más vulnerables, cosa que hizo la sátira. Tanto *El Intermedio* como Twitter “bajan” la información al nivel del ciudadano, por lo que su capacidad de persuasión es mucho mayor al conseguir empatizar con los votantes. Un ejemplo lo encontramos en el siguiente gag:

**Wyoming:** *De Guindos lo ha vuelto a hacer. Ha anunciado la subida del IVA sin decir ni “subida” ni “IVA”. Sí, amigos, está perdiendo la confianza de los españoles, pero está preparadísimo para ganar las olimpiadas de Tabú*<sup>49</sup>.

En *El Intermedio* podemos ver cómo se criticó que Montoro no se atreviera a decir que “el IVA va a subir” ironizando sobre el tema, felicitándole por el gran nivel que tendría jugando al Tabú. Al llevar las decisiones políticas al terreno cotidiano consigue empatizar con el espectador y tratar de mostrar de manera más directa y evidente lo que los gobernantes tratan de ocultar tras los eufemismos.

---

<sup>49</sup> *El Intermedio*, emitido en *La Sexta* el 27/04/2012

**Imagen nº 48. Tuit de @CondeDeLaFere, 28/04/2012**



Algo parecido sucede en Twitter, en donde vimos como en casi todos los tuits se realiza ese proceso de “bajar a tierra” el lenguaje político. En uno de los más virales de esta fecha de @CondeDeLaFere, vemos ese proceso de “deseufemización”, en el que se realiza un esfuerzo por traducir la medida del gobierno: como la subida del IVA afecta a las cosas que se compran, no es un gran problema ya que la gente tiene tan poco dinero que no puede comprar nada. El gag juega con la frustración de los ciudadanos dándole un doble giro a la intención del gobierno, no es que la situación sea mala y el gobierno la empeore, sino que la decisión es tan loca que puede que incluso todo mejore. Evidentemente se trata de un absurdo, pero conecta bien con el ciudadano por la paradoja que genera y porque vuelve a incidir en la forma de comunicar del gobierno, que jamás se expresaría así.

### 3.4.2 José Ignacio Wert: "Nuestro interés es españolizar a los alumnos catalanes"<sup>50</sup>

Cuando Wert, Ministro de Educación, Cultura y Deporte, dijo que el objetivo del gobierno era "españolizar a los niños catalanes", las críticas se dispararon en toda la sociedad. Sin embargo, aunque el nivel de desaprobación fue similar, la reacción del partido de la oposición, el PSOE, tuvo poco que ver con la expresada por la sátira mediática.

El PSOE, de mano de sus líderes de aquel momento, José Luis Pérez Rubalcaba y Elena Valenciano, habló de "sectarismo" en las políticas de Wert y de daño a la educación. Si bien en esto parecen coincidir también los medios satíricos, podemos ver que estos encuentran en ese discurso más aspectos criticables que el PSOE, cuya respuesta resultó más contenida. Por lo tanto, aparte de un tema cualitativo, podemos señalar que a nivel mediático las críticas del principal partido de la oposición dejaron diversos temas en el aire que, en cambio, fueron señalados por la sátira.

#### Imagen nº 49. Tuit de @raquelsastrecom, 10/10/2012



<sup>50</sup> 10 de octubre de 2012. [cadenaser.com/ser/2012/10/10/espana/1349826619\\_850215.html](http://cadenaser.com/ser/2012/10/10/espana/1349826619_850215.html)

En primer lugar, la sátira muestra el absurdo concepto “españolizar”, tanto por ser en realidad un eufemismo de “manipular”, como por ser algo anacrónico que suena a “cristianizar”. Además, la frase presupone un valor superior al hecho de ser español frente a ser catalán. Al escribir la tuitera y cómica Raquel Sastre que, si españolizar significa que “¿Les van a quitar la paga, las tiritas y el derecho de reunión en el parque?” se condensa en una pregunta los supuestos grandes “valores” de ser español de los que alardearía el gobierno: pérdida de riqueza, de sanidad pública y de libertad de expresión.

**Imagen nº 50. Tuit de @esecundarios, 11/10/2012**



Otro de los aspectos más criticados de la frase de Wert es el concepto de “españolizar” como algo similar a “cristianizar”, convertir a un pueblo atrasado e iluminarlo. Tal anacronismo recuerda a épocas de conquista y evangelización ya desaparecidas de hace varios siglos, por lo que @esecundarios juega con ello para mostrar cómo sería esa supuesta manera de “españolizar” y el tipo de lenguaje arcaico y en desuso que emplearían.



**Imagen nº 51. Tuit de @Enrique\_Herrero, 11/10/2012**



A otro de los planteamientos donde llega la sátira, pero no es aprovechado por la oposición parlamentaria, es la presunta cortina de humo creada en torno a Cataluña, cuyas consecuencias han seguido después de la legislatura de Rajoy y Mas. Esto lo refleja Enrique Herrero con un paralelismo muy nítido en el que compara a los gobiernos de España y Cataluña con la Alemania nazi por fomentar el nacionalismo como cortina de humo en épocas de crisis económica.

**Imagen nº 52. Viñeta de *El Jueves*. Nº 1847, 17/10/2012**



**Fuente:** [viejuna.eljueves.es/articulo/revista/el\\_archivo/los\\_politicos\\_son\\_una\\_basura.html](http://viejuna.eljueves.es/articulo/revista/el_archivo/los_politicos_son_una_basura.html)

Por su parte, la revista satírica *El Jueves* combinaba por un lado la política de recortes económicos y sociales del gobierno con la de identidades, dando a entender que la única nacionalidad posible es la española.

***Wyoming:*** *si el ministro de verdad quiere españolizar a los estudiantes catalanes, lo que tiene que hacer es montar fiestas con Erasmus suecas en el centro de Barcelona, y ya verá cómo con tal de ligar con las guiris se españoliza todo el mundo. Se ponen a bailar flamenco hasta los de Esquerra Republicana*<sup>51</sup>.

Estos aspectos a los que llega la sátira, pero no la oposición política, son más notables teniendo en cuenta que la afirmación hecha por el Ministro de Cultura parece fácilmente ridiculizable, estrategia que usan con humor los medios en este caso mientras que el PSOE se dedica solo a censurar. El enfado es natural al escuchar tal frase por parte de Wert, pero resulta insatisfactoria si se convierte en la única respuesta para confrontar al gobierno mientras la sátira parece contar con muchas más herramientas. No hubiera sido una tarea complicada para los líderes del PSOE confrontar dichas afirmaciones al gobierno utilizando recursos humorísticos como la ironía o la reducción al ridículo sin que por ello hubieran perdido firmeza en su posición o seriedad en su discurso. Al responder tan solo de una manera crítica pero no constructiva (o destructiva de las tesis del poder) para el ciudadano es más fácil empatizar con las posiciones de la sátira con las que ve de manera más nítida la absurdez de dicho planteamiento.

---

<sup>51</sup> *El Intermedio*, emitido en *La Sexta* el 11 de octubre de 2012.

### 3.4.3 Luis Bárcenas ocultó 22 millones en Suiza siendo gerente y tesorero del PP<sup>52</sup>

*El País* desveló en enero de 2013 lo que se conocerían como los “Papeles de Bárcenas”, dinero oculto que el ex tesorero del PP habría llevado a Suiza y cuya contabilidad secreta implicaría a la mayoría de altos cargos del partido. En este caso, al ser un caso de robo y corrupción pública, nos encontramos con un delito abiertamente condenado por todos, sin debate alguno entre la sátira, por lo que la crítica no radica en atacar una medida o declaración del gobierno, sino en el clima de corrupción generalizado en la política española y, en concreto, en el PP. Alrededor de este aspecto se encuentran otras medidas del gobierno discutibles, como la amnistía fiscal o la política comunicativa del PP, tachada de poco transparente y de utilizar cortinas de humo como el asunto catalán.

**Imagen nº 53. Viñeta en *El País*, 17/01/2013**



**Fuente:** [elpais.com/elpais/2013/01/17/vinetas/1358439499\\_806256.html](http://elpais.com/elpais/2013/01/17/vinetas/1358439499_806256.html), 18/01/2013

<sup>52</sup> 17/01/2013. Disponible en: [politica.elpais.com/politica/2013/01/16/actualidad/1358345717\\_107043.html](http://politica.elpais.com/politica/2013/01/16/actualidad/1358345717_107043.html)

En este caso, los dirigentes del PSOE fueron más beligerantes en sus demandas al gobierno, pidiendo que Rajoy saliera a explicar lo sucedido e incluso exigiendo la renuncia de Montoro como ministro de Hacienda, ya que había sido el responsable de la amnistía fiscal que permitió a muchos defraudadores traer de nuevo su dinero a España sin consecuencias legales.

**Imagen nº 54. Tuit de @SenoritaPuri, 17/01/2013**



Sin embargo, la posición de la sátira ante este supuesto cinismo y falta de escrúpulos con el que habría actuado Bárcenas fue mayoritariamente la conocida como “reír por no llorar”, es decir, hacer humor absurdo ante algo que se escapa de nuestro entendimiento. Más que algo que es imposible de defender (ya que robar es un delito, no una ideología), la sátira trata de quitar dramatismo a la situación llevándola al esperpento, como @senoritapuri imaginando la de regalos que le deben haber hecho en su oficina bancaria al ingresar veintidós millones de euros.

**Imagen nº 55. Tuit de @masaenfurecida, 18/01/2013**



También la sátira consigue desmontar algunas de las explicaciones del gobierno, como la de que Bárcenas no trabajaba ya en el PP cuando en realidad aún tenía despacho y hasta chofer. En general, la defensa del gobierno para tratar de desvincularse de su antiguo ex tesorero fue bastante vaga y contradictoria, ya que mantenía su despacho, su chófer y seguía yendo por la sede de Génova, como bien señala @masaenfurecida.

**Imagen nº 56. Tuit de @08181, 17/01/2013**



También se hace referencia a la cortina de humo creada en torno al conflicto catalán que se siguió alimentando y cuyas consecuencias pueden verse años más tarde. Esto sucedió pocos meses después de las palabras de Wert, Ministro de Educación y Cultura, sobre la necesidad de “españolizar a los niños catalanes”, declaración ya mencionada con anterioridad que fue muy criticada tanto por el contenido como por servir de distracción antes los problemas reales del país de crisis económica y corrupción.

**Sandra:** *[GRAFISMO Cadena SER] Bárcenas se acogió a la amnistía fiscal del Gobierno para blanquear 10 millones de euros. Sin embargo, Hacienda ha desmentido este extremo pues, al estar siendo investigado por la Agencia Tributaria, el ex tesorero no podía acogerse al indulto fiscal.*

**Wyoming:** *pobre Bárcenas, no le dejan hacer las cosas bien pero tampoco le dejan hacer las cosas mal. A ver si va a acabar como Gerard Depardieu en un buffet libre de Moscú<sup>53</sup>.*

Quizá la mayor diferencia en esta fecha se encuentra en que la oposición política mostró un gran enfado ante lo ocurrido mientras que el humor trataba de sacar una sonrisa ante una circunstancia tan bochornosa. En este caso sería poco admisible que el partido de la oposición hubiera optado por una posición así, por lo que es entendible su estrategia en esta situación. Sin embargo, podría haber utilizado herramientas como la ironía sin perder el tono serio y decidido para confrontar la política comunicativa o la amnistía fiscal del gobierno.

Con respecto al uso de las nuevas plataformas, el PSOE siguió usando Twitter y Youtube como mero medio para repetir lo dicho en rueda de prensa por sus

---

<sup>53</sup> *El Intermedio*, emitido en *La Sexta* el 17 de enero de 2013.

dirigentes sin generar contenido propio, tanto a nivel del partido como a nivel individual de sus líderes.

#### **3.4.4 El plasma de Mariano Rajoy<sup>54</sup>**

El diario *El País* publicó el 17 de enero que el ex tesorero y gerente del Partido Popular, Luis Bárcenas, tenía una cuenta secreta en Suiza con 22 millones de euros. Dos semanas más tarde, el mismo periódico mostró una supuesta contabilidad B del partido, los conocidos como “Papeles de Bárcenas”, en los que aparecían nombres y partidas económicas a diversos cargos del PP entre los que se encontraba “M. Rajoy”. El modo de actuación del entonces gerente del partido entre 1993 y 2008 habría sido el de entregar sobres a los dirigentes con sobresueldos que ni habrían sido declarados por sus beneficiarios y que presuntamente provendrían de ingresos ilícitos de la trama Gürtel. Para defenderse de las acusaciones de soborno y sobres en B, Mariano Rajoy dio una rueda de prensa tres días después, el domingo 3 de febrero, a través de un plasma en la sede del partido y permitiendo solo cinco preguntas, lo cual generó tanto desconcierto como hilaridad en las redes. Además, al día siguiente recibió la visita de Angela Merkel, y en la comparecencia conjunta ante los medios de ambos, al ser preguntado por los Papeles de Bárcenas respondió literalmente que “todo era mentira salvo alguna cosa”. La canciller alemana rechazó decir nada sobre el tema visiblemente abochornada.

---

<sup>54</sup> 2 de febrero de 2013. <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/02/01/espana/1359704509.html>

**Imagen nº 57. Tuit de @moedetriana, 03/02/2013**



Las redes estallaron tras ambas comparecencias por el ridículo que supusieron. En primer lugar, se criticó el mero hecho de comparecer a través de un plasma y apenas permitir preguntas, lo cual evidenció la falta de capacidad comunicativa del Presidente del Gobierno y su inseguridad a la hora de afrontar unas acusaciones tan graves. @moedetriana juega con el hecho de que esa semana era la Superbowl, evento deportivo en cuyo descanso se emiten los anuncios más caros y espectaculares del año.

**Imagen nº 58. Tuit de @elmundotoday, 04/02/2013**





También se criticó el bajo nivel de respuestas en ambas comparecencias del Presidente, ya que unido a que algunas veces han resultado confusas sus explicaciones, generó varios momentos ridículos con frases cuyo sentido no terminó de entenderse. Algunas frases de este tipo a lo largo de su mandato han sido estas:

*“Es el vecino el que elige al alcalde y es el alcalde el que quiere que sean los vecinos el alcalde”.*<sup>55</sup>

*“Somos sentimientos y tenemos seres humanos”.*<sup>56</sup>

*“Cuanto peor, mejor para todos y cuando peor para todos, mejor para mí el suyo, beneficio político”.*<sup>57</sup>

#### **Imagen nº 59. Tuit de @carvalladolid, 05/02/2013**



Al resultar infantil y burda la defensa de Rajoy, la sátira atacó su cobardía con símiles locos y absurdos, como que el presidente la próxima vez comparecería a través de un videomarcador, que el propio plasma sería el más indicado para

<sup>55</sup> 2 de diciembre de 2015. [https://www.lasexta.com/noticias/nacional/elecciones-generales-2015/rajoy-lia-vecino-que-elige-alcalde-alcalde-que-quiere-que-sean-vecinos-alcalde\\_20151202572435cc4beb28d446008657.html](https://www.lasexta.com/noticias/nacional/elecciones-generales-2015/rajoy-lia-vecino-que-elige-alcalde-alcalde-que-quiere-que-sean-vecinos-alcalde_20151202572435cc4beb28d446008657.html)

<sup>56</sup> 25 de febrero de 2016. <https://www.elmundo.es/f5/2016/02/24/56cdb3df46163fa7468b4626.html>

<sup>57</sup> 13 de junio de 2017. [https://www.huffingtonpost.es/2017/06/13/rajoy-cuanto-peor-mejor-para-todos-y-cuanto-peor-para-todos-me\\_a\\_22139843/](https://www.huffingtonpost.es/2017/06/13/rajoy-cuanto-peor-mejor-para-todos-y-cuanto-peor-para-todos-me_a_22139843/)

liderar el partido o que la cobardía de no dar la cara podría servir para no comer presencialmente con los suegros.

**Wyoming:** *Todo es falso salvo alguna cosa, pues ahora hay que ver cómo es de grande la cosa que es cierta. Hay que decir que es coherente, es la misma regla con la que hizo su programa electoral, todo es falso salvo alguna cosa. Todavía estamos esperando la cosa*<sup>58</sup>.

Su falta de coherencia y que añadiera más incertidumbre de la que ya había también fue atacada por *El Intermedio*, ya que lo de “alguna cosa” dejaba abierta la puerta a saber a qué se refería, algo terrible dejado en manos de un cómico, pero casi peor cuando se trata de un gobernante dando explicaciones sobre corrupción.

**Imagen nº 60. Tuit de @queridoantonio, 04/02/2013**



Por su parte, la respuesta del PSOE esta vez volvió a ser criticada. Rubalcaba se limitó a señalar con gran frialdad que “Rajoy es un lastre y debería dimitir”, lo que, aunque podría parecer directo y contundente, volvió a quedar vacío y falto de contenido, al no atacar, en sí, las situaciones particulares de ridículo

<sup>58</sup> *El Intermedio*, mitido en *La Sexta* el 04/02/2013.

ocurridas. Con un escalofriante símil reflejaba @queridoantonio lo difícil que lo tendría el PSOE para recuperarle votos al PP a pesar de todo esto.

**Imagen nº 61. Viñeta de *El Jueves*. Nº 1863**



**Fuente:** [viejuna.eljueves.es/articulo/revista/el\\_archivo/urgente\\_hay\\_que\\_hacer\\_algo.html](http://viejuna.eljueves.es/articulo/revista/el_archivo/urgente_hay_que_hacer_algo.html).

[06/02/2013](#)

En esta portada de *El Jueves* vemos un ingenioso gag en el que Rajoy da su rueda de prensa desde otra sala mediante una señal de televisión para poder escabullirse de las preguntas de los periodistas, pero su plan sale mal porque al decir que “Todo es falso” está mintiendo, una paradoja que hace que le crezca la nariz como a Pinocho tanto que hasta llega a la sala donde están los periodistas, lo cual quiere decir que nadie creería sus palabras cuando trató de desvincularse de los Papeles de Bárcenas.

### 3.4.5 María Dolores de Cospedal en diferido<sup>59</sup>

El 25 de febrero, un mes después de que empezaran a publicarse las primeras informaciones sobre los papeles de Bárcenas y la supuesta caja B del partido, salió a rueda de prensa María Dolores de Cospedal, secretaria general del PP, para intentar dar explicaciones sobre toda la polémica. Sin embargo, sus argumentaciones fueron tan contradictorias e incoherentes que no hicieron más que empeorar la situación y provocar casi una hilaridad mayor que un mes antes cuando Mariano Rajoy explicó lo mismo a través de un plasma.

#### Imagen nº 62. Tuit de *@DaniMateoAgain*, 25/02/2013

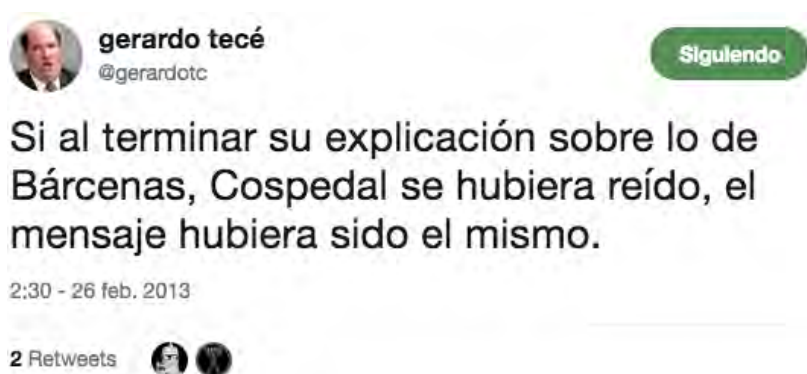


Por aquel entonces se hablaba de que el ex gerente del partido estaría chantajeando a la cúpula con sacar a la luz más documentos, cosa que negó rotundamente Cospedal sin, eso sí, pronunciar ni una sola vez el nombre de Bárcenas. La rueda de prensa tuvo tantos momentos surrealistas e impropios de la alta política que Twitter se llenó de bromas sobre el dantesco espectáculo de ofreció.

<sup>59</sup> 25 de febrero de 2013.

[http://cadenaser.com/ser/2013/02/25/espana/1361753418\\_850215.html](http://cadenaser.com/ser/2013/02/25/espana/1361753418_850215.html)

Imagen nº 63. Tuit de @gerardotc, 26/02/2013



Pero lo más grave fue cuando al hablar de la salida del entonces tesorero del partido, le preguntaron por qué tenía aún despacho y chófer en la sede y se le gratificó tan generosamente. Entonces Cospedal pronunció su ya famosa “indemnización en diferido”, por el que supuestamente habría sido despedido en abril de 2010 aunque a efectos prácticos seguiría cobrando del partido, incluidas las cotizaciones a la seguridad social y con una vida laboral del ex dirigente en la que se certifica que se le siguieron aplicando las retenciones del IRPF hasta el mismo día de enero de 2013 en el que *El País* publicó los Papeles de Bárcenas. En este momento fue cuando llegó el momento más comentado y Cospedal respondió con la frase

*“La indemnización que se pactó fue una indemnización en diferido en forma de simulación de lo que hubiera sido en diferido en partes de lo que antes era una retribución”<sup>60</sup>.*

<sup>60</sup> Programa emitido el 25 de febrero de 2013 en *La Sexta*.

**Imagen nº 64. Tuit de @yeyodebote, 26/02/2013**



La actuación de Cospedal mientras pronunciaba tal frase sumó aún mayor hilaridad, ya que daba a entender que ni ella misma sabía lo que estaba diciendo y que no tenía ningún sentido. Aparte del hecho de generar muchas dudas sobre su veracidad, se criticó que ni siquiera el PP se esforzara en dar una coartada aceptable.

**Imagen nº 65. Tuit de @CarlosLanga, 26/02/2013**



Lo más atacado por la sátira fue el concepto de “indemnización simulada en diferido” para tratar de ocultar que Bárcenas siguiera en el partido hasta el último día, supuestamente con su labor tanto legal como ilegal. Fue tan poco creíble que la red se llenó de chistes con excusas tan absurdas como la que había usado

la secretaria general del PP, haciendo un paralelismo que mostrara el sinsentido de tal argumentación.

**Wyoming:** *esta mujer se traba más que yo, entendemos por qué no admiten preguntas, porque hay que ver lo mal que quedan cuando las responden [...]. Creo que Cospedal se equivoca en hablar de indemnización simulada, debería haber dicho indemnización disimulada*<sup>61</sup>.

La respuesta del PSOE esta vez fue más firme y consistió en incluir un vídeo subido a Youtube titulado #NoMásPPeinetas<sup>62</sup> de tres minutos y medio en el que denunciaba las “mentiras y contradicciones” de Mariano Rajoy y del PP en el caso Bárcenas y en el que se mostraba cómo los dirigentes del partido iban modificando su discurso sobre el ex tesorero a medida que se iban revelando nuevas informaciones en los periódicos. El vídeo tuvo casi treinta mil visitas, lo cual no fue una gran difusión ni para aquella época. Comparado con el que el PSOE realizó un año antes como crítica al gobierno por subir el IVA, este vídeo mejora en su narrativa al estar más cohesionadas las intervenciones y mostrar una idea más clara, apoyado también en una música de tensión de fondo. Sin embargo, vuelve a carecer de voz en off ni herramientas que conecten mejor con el usuario, como podrían ser las humorísticas, por lo que vuelve a quedar frío y falta de empatía y persuasión. Muestra los hechos tal cual son, pero ya que ni siquiera el PP estaba sabiendo defender algo indefendible (recordemos que aquí se trata de un supuesto delito, no una medida política), debería haber

---

<sup>61</sup> *El Intermedio*, emitido en *La Sexta* el 26 de febrero de 2013.

<sup>62</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=og9eOJXSEzc> Vídeo subido desde el canal oficial del PSOE en Youtube el 28 de febrero de 2013. Consultado por última vez el 06/03/2020.



aprovechado el principal partido de la oposición para refutar las palabras de Cospedal de manera más contundente.

Para ver a qué nos referimos con esto, vamos a comparar el vídeo del PSOE con uno de Podemos de 2017 en el que también ataca la corrupción del PP<sup>63</sup>. Fue subido en Navidad y utilizaba ciertas herramientas humorísticas sencillas, pero le daban mayor capacidad de empatía y entendimiento al espectador.

**Imagen nº 66. Tuit de @ahorapodemos, 25/12/2017**



En el vídeo, subido a redes sociales, se mostraba un martillo partiendo turrón del duro como paralelismo a los discos duros que destruyeron en la sede del PP para evitar que la policía pudiera ver lo que había en ellos sobre la presunta contabilidad B del partido. Al final se muestra la frase *“El partido que sale más caro del mundo”*, por el coste que dicha corrupción habría llevado a los

<sup>63</sup> <https://twitter.com/ahorapodemos/status/945336988835643392> Video subido a la cuenta oficial de Podemos en Twitter el 25 de diciembre de 2017.



ciudadanos, otro paralelismo más con el anuncio de “el turrón más caro del mundo”. Además de esta doble conexión turrón – corrupción, la música que acompaña las imágenes es épica y alegre, contrastando con la violencia de los martillazos, lo cual genera un efecto cómico a través de la ironía. Este recurso, además, está conectado con la Naranja Mecánica, ya que es la misma música utilizada en una escena de la película también cargada de violencia. Así podemos ver cómo en un sencillo vídeo de apenas 30 segundos (que tampoco tuvo muchas visitas), Podemos hace varias conexiones, paralelismos, contrastes e ironías para atacar la corrupción del PP y, a la vez, mantener un tono firme pero alejado del dramatismo y tensión del vídeo del PSOE. Por todo ello, resulta mucho más contundente, persuasivo y empático con los ciudadanos que el otro en el que solo se mostraban imágenes de declaraciones del PP con música siniestra. Bien es cierto también que el conocimiento y habilidades mediáticas en 2013 y 2017 no son comparables, pero este análisis sirve para mostrar una de las posibles razones por las que el PSOE no conseguía robarle votos al PP y, sin embargo, Podemos nada más aparecer captó una gran cantidad de interés y difusión gracias a su mejor conocimiento y uso de las herramientas comunicativas, en parte debido a la mayor juventud y cercanía de sus votantes a las nuevas tecnologías y redes sociales que le permitió conectar con un nicho de votantes desencantados con el sistema.

### 3.4.6 Luis Bárcenas entra en prisión<sup>64</sup>

El juez Pablo Ruz dictó contra el ex tesorero del PP prisión incondicional tal como la Fiscalía Anticorrupción solicitó. La medida se tomó por el aumento de riesgo de fuga considerado por el propio magistrado, el fiscal y las acusaciones particulares del proceso. Ello se debió a la aparición de varios desvíos de fondos desde las cuentas suizas que Bárcenas aún mantenía abiertas hacia otras que tenía ocultas en países americanos como Estados Unidos y Uruguay. El ex tesorero ingresó en Soto del Real mientras que un grupo de personas le gritaba a su salida de la Audiencia “¡Bárcenas, cabrón!”. La Fiscalía Anticorrupción había solicitado previamente ese mismo día la imposición a Bárcenas de una fianza de 28 millones de euros para asegurar sus responsabilidades económicas en el caso Gürtel.

#### Imagen nº 67. Tuit de @cristina\_pardo, 27/06/2013



Desde su cuenta de Twitter @cristina\_pardo la periodista hace un juego de palabras para bromear sobre el presumible miedo que tendrían los dirigentes del Partido Popular de que Bárcenas “tirara de la manta” y hablara sobre a quién

<sup>64</sup> 27 de junio de 2013.

<https://www.lavanguardia.com/politica/20130627/54377031104/barcenas-prision-incondicional.html>

habría pagado los sobresueldos en “B” que le habrían llevado a la cárcel. La contabilidad paralela del ex tesorero, conocida como “los papeles de Bárcenas”, incluían una serie de anotaciones sobre pagos supuestamente no declarados y de origen desconocido que comprometerían a numerosos altos cargos del partido, incluido Mariano Rajoy. Esa doble contabilidad del ex tesorero sería el arma con la que habría amenazado al partido en caso de acabar en prisión, por lo que, al no poder evitar su ingreso ante el juez, los populares estarían muy nerviosos por si los usara para hacer un pacto ante el juez que redujera su condena y destapara los nombres de los implicados y beneficiados por la trama Gürtel.

**Imagen nº 68. Tuit de @gerardotc, 28/06/2013**



En esta misma línea su mueve el tweet de @gerardotc, quien insinúa haciendo un paralelismo entre Bárcenas y Vito Corleone en la película *El Padrino* que Bárcenas tendría en su mano sacar a la luz los papeles con la supuesta doble contabilidad del partido que obligarían a un adelanto electoral por el gran daño que supondrían para el PP. Cabe señalar que, aunque en aquel momento no sucedió, Mariano Rajoy tuvo que abandonar la presidencia del gobierno en

2018 debido a la moción de censura de Pedro Sánchez como consecuencia de la sentencia condenatoria al PP por el mismo caso Gürtel (El País, 2018). Pasaron cinco años entre un hecho y otro, pero ya en aquella época se podía intuir que, en un momento u otro, los populares podrían acabar viéndose obligados a abandonar el poder debido a su implicación en la trama corrupta.

**Imagen nº 69. Tuit de @SenoritaPuri, 28/06/2013**



Aquí @senoritapuri recuerda la famosa frase de meses antes de María Dolores de Cospedal sobre la “simulación de indemnización en diferido” que recibió Bárcenas del partido. La estrategia comunicativa del PP durante todo el caso de los “Papeles de Bárcenas” fue tan errática que casi cada nuevo hecho que sucedía generaba hilaridad en las redes y los medios satíricos. En este caso, la “simulación de libertad en diferido” sería la forma eufemísticamente mal conseguida de decir que ha entrado en la cárcel.

**Imagen nº 70. Tuit de @elbaronrojo, 27/06/2013**



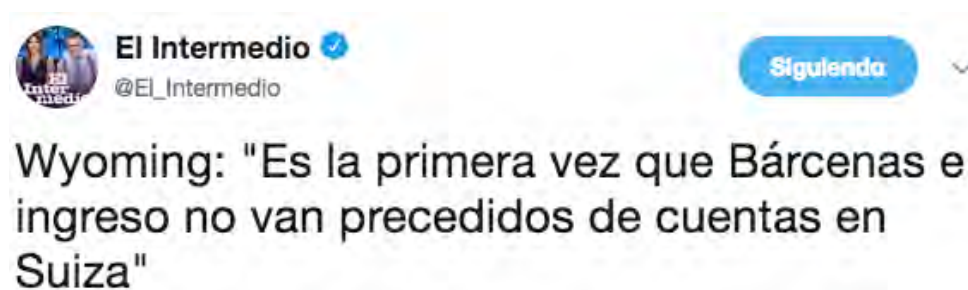
En este tweet @elbaronrojo critica el hecho de que se encarcele a Luis Bárcenas sin haber conseguido recuperar el dinero que presuntamente habría desviado a Suiza. Su preocupación por tener que pagar una fianza de 28 millones de euros es la forma en la que tendrá que transportarlo y no la cantidad, ya que se sobreentiende que tiene ese dinero y más escondido en cuentas ocultas. La entrega de sobres hace referencia al modo en el que habría pagado los sobresueldos a los dirigentes del PP con el dinero obtenido de la trama Gürtel.

**Imagen nº 71. Tuit de @SrHuevon, 28/06/2013**



Aquí @srhuevon expresa algo que muchos ciudadanos parecían no entender, que se metiera a Bárcenas en la cárcel a esas alturas por riesgo de destrucción de pruebas cuando había tenido tantísimo tiempo para hacerlo. Con ello se pone en duda la independencia del sistema judicial, ya que el PP podría haber influido sobre la judicatura para mover jueces y conseguir un mejor trato (Parrondo, 2018).

**Imagen nº 72. Tuit de @El\_Intermedio, 27/06/2013**



En *El Intermedio* también se hicieron eco del ingreso en prisión de Bárcenas a lo grande. De hecho, aquel día era el último programa de la temporada antes de irse de vacaciones y la decisión del juez les obligó a rehacer el programa entero sobre la marcha y alargar más de una hora la emisión hasta casi media noche para retransmitir en directo cómo Bárcenas entraba en prisión. *El Gran Wyoming* utilizó un sencillo juego de palabras sobre el ingreso del ex tesorero en la cárcel para recalcar de alguna manera lo insólito de que un alto mando del PP acabara en prisión.

### **3.4.7 Evolución en intención de voto de la primera mitad de la legislatura**

Para comprender esta sucesión de fechas clave y el contexto en el que se produjo dicha sátira hemos analizado la encuesta del CIS de intención de voto a

mitad de legislatura. En las elecciones de noviembre de 2011 el PP había sacado un 44,6% de votos, el PSOE un 28,8%, IU un 6,9% y UPyD un 4,7%<sup>65</sup>. Sin embargo, en los siguientes estudios del CIS sobre intención de voto estos datos cambiaron rápidamente. En los dos primeros años de legislatura, hasta la encuesta realizada en octubre de 2013, el PP se dejaba diez puntos y medio quedándose en un 34%<sup>66</sup>. Según el tradicional modelo bipartidista en España desde los años ochenta, esta pérdida de apoyos la debería haber recogido, al menos en parte, el PSOE, ya que las polémicas en los primeros meses de legislatura por los recortes y el incumplimiento del programa electoral desataron grandes críticas entre la población y numerosos medios. A ello se unió un 2013 lleno de polémicas por casos de corrupción, siendo el más sonado el de Luis Bárcenas que implicaba directamente a la estructura económica del Partido Popular. Sin embargo, el PSOE no solo no aprovechó estas circunstancias para conseguir réditos políticos, sino que a mitad de legislatura perdía dos puntos, quedándose en el 26,8% de los votos. Esto pudo ser un anticipo de la ruptura del bipartidismo que se produciría en 2014 y 2015 con la entrada de nuevas formaciones muy críticas con el sistema político tradicional. Esta desconexión se habría entendido por la falta de empatía de la oposición ante la grave crisis económica y la frustración ante la corrupción generalizada. Al sentir la ciudadanía que el principal partido de la oposición no confrontaba con rotundidad los continuos conflictos provocados por la actuación del gobierno, habrían buscado en los medios satíricos parte de esa respuesta crítica con las decisiones y declaraciones del PP que representara sus ideales y apaciguara su frustración.

---

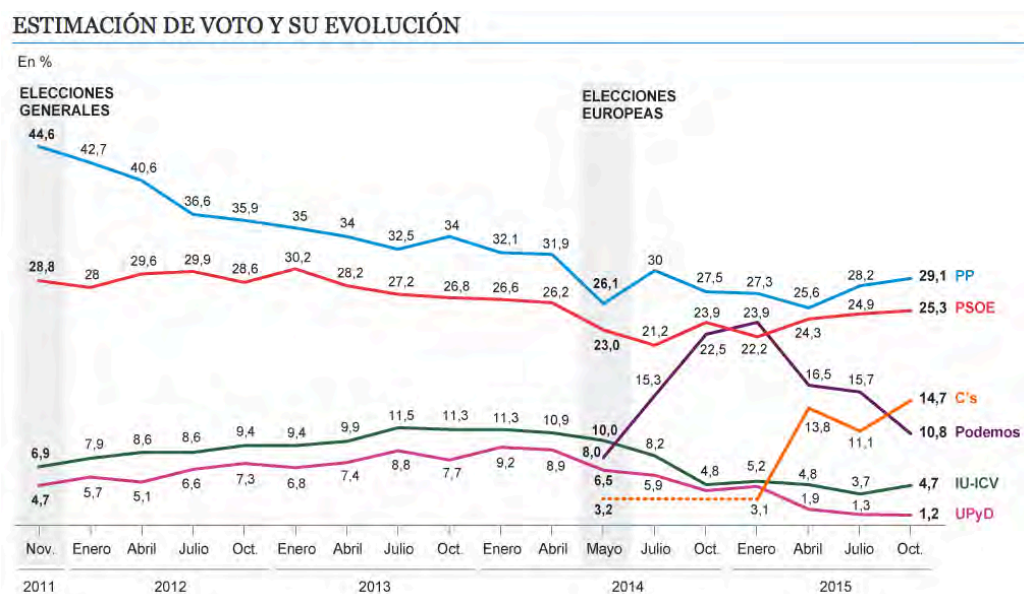
<sup>65</sup> Datos sacados de <https://resultados.elpais.com/elecciones/2011/generales/congreso/>. Consultado septiembre de 2019

<sup>66</sup> Datos sacados de [https://www.huffingtonpost.es/2013/11/06/barometro-cis-octubre-2013\\_n\\_4224339.html](https://www.huffingtonpost.es/2013/11/06/barometro-cis-octubre-2013_n_4224339.html). Consultado septiembre de 2019.

Esto lo podemos ver en la audiencia del programa *El Intermedio*. Con un humor más suave entre 2006 y 2011 se movía en una audiencia media cercana al 6% y algo más de un millón de espectadores. Durante la legislatura de Rajoy se volvió mucho más crítico con el gobierno y dobló sus números hasta alcanzar alrededor de un 12% medio de *share* y más de dos millones de espectadores.

También lo pudimos ver en Twitter, cuya expansión coincidió con esta etapa de confrontación en España, lo cual ayudó tanto a su difusión como a calmar la frustración de la población, ya que además de permitir leer a tuiteros o personajes públicos que confrontaban abiertamente al gobierno (con humor o sin él), también daba al usuario anónimo la posibilidad de criticar al poder desde su propia casa, saltándose el tradicional sistema de representación ciudadana y dando al individuo la capacidad de atacar al gobierno sin la mediación política o periodística.

### Gráfico nº 1. Estimación de voto y su evolución



Fuente: [elmundo.es/grafico/espana/2015/11/05/563b4b60268e3ed6198b45bf.html](http://elmundo.es/grafico/espana/2015/11/05/563b4b60268e3ed6198b45bf.html),

05/11/2015



A nivel estrictamente político, quienes aprovecharon la crisis del bipartidismo fueron los siguientes partidos en orden de votos: IU y UPyD. La coalición de izquierdas subió cuatro puntos y medio hasta el 11,3% y el partido de Rosa Díez consiguió tres alcanzando el 7,7% en intención de voto. Por tanto, de los doce puntos perdidos por el bipartidismo (diez del PP y dos del PSOE), siete y medio fueron a parar a IU y UPyD. Recordemos que a estas alturas de legislatura todavía no se había formado Podemos, Ciudadanos seguía presentándose solo en Cataluña y Rubalcaba seguía como secretario general del PSOE, hechos que cambiarían a lo largo de 2014 y revolucionarían el equilibrio de poderes y la forma de comunicar política, sobre todo a partir de las elecciones europeas de mayo.

#### **3.4.8 El Gobierno aprueba la ley del aborto más restrictiva de la democracia<sup>67</sup>**

Justo antes de las fiestas de Navidad de 2013, el gobierno aprobó en el último consejo de Ministros del año la Ley del Aborto promovida por Alberto Ruiz Gallardón, en aquel momento ministro de Justicia. La nueva ley restringía los derechos de la madre enormemente a la hora de decidir abortar y endurecía las razones por las cuales podía hacerlo, tales como el daño psicológico, la violación o la malformación del feto.

A diferencia de las fechas anteriormente analizadas relacionadas con los papeles de Bárcenas, en esta se trata de un conflicto ideológico y no legal, por

---

<sup>67</sup> 20 de diciembre de 2013.

[https://elpais.com/sociedad/2013/12/20/actualidad/1387544028\\_883233.html](https://elpais.com/sociedad/2013/12/20/actualidad/1387544028_883233.html)

lo que es más relevante una sátira precisa y mordaz para conseguir atacar las decisiones del gobierno. La corrupción vinculada al PP resulta imposible de defender por el partido del gobierno salvo negándola, pero esta reforma de la ley del aborto venía incluida en el programa electoral de Rajoy, por lo que, al ser posteriormente retirada debido al rechazo mediático y ciudadano, se puede interpretar que el trabajo de la sátira, aunque no fuera solo gracias a ella, fue potente y efectivo.

**Imagen nº 73. Tuit de @FacuDiazT, 20/12/2013**



La medida fue furibundamente criticada por casi todos los espectros de la sociedad, desde partidos políticos, asociaciones implicadas o redes sociales, ya que suponía un retroceso en las libertades individuales que se remontaba a más allá de la ley del aborto de 1985. Se acusó al Gobierno de retrógrado, machista y de falta de empatía ante un tema tan sensible. El PSOE calificó la norma como “vergüenza” augurando que provocaría muertes por abortos realizados de manera clandestina y anunció que haría todo lo posible por derogar la ley.

**Imagen nº 74. Tuit de @masaenfurecida, 21/12/2013**



En este tweet podemos ver cómo se acusa al gobierno de machista, al ser un hombre tomando decisiones sobre la libertad individual de las mujeres, lo que llevado al extremo trataría de desenmascarar la misoginia oculta de la medida del Ministro.

**Imagen nº 75. Tuit de @SrHuevon, 20/12/2013**



La medida también fue atacada por endurecer el supuesto de malformación. Llevado al exceso se muestra los graves problemas que podría conllevar impedir el aborto en dichos casos, aunque también viene acompañado de un chiste contra el programa de televisión y sus concursantes.

**Imagen nº 76. Tuit de @carvalladolid, 21/12/2013**



También sirvió para recordar los años del franquismo en los que para abortar había que viajar a Reino Unido. Teniendo en cuenta el clima de corrupción y puertas giratorias en el que se encontraba el gobierno del PP, se lleva al absurdo la situación para tratar de entender la necesidad que tendría Gallardón de promulgar una ley tan restrictiva y anacrónica y que tan poco apoyo era previsible que obtuviera.

**Imagen nº 77. Tuit de @JotDownSpain, 20/12/2013**



Esta medida quizá fue de las pocas que el gobierno cumplió de su programa electoral, lo cual en sí mismo suena honesto y coherente, pero utilizarlo como argumento cuando tras dos años en el gobierno han actuado sin tener en cuenta

las promesas realizadas resulta llamativo y sirve para desechar la excusa y atacar la actuación general de la legislatura.

**Imagen nº 78. Tuit de @cristina\_pardo, 21/12/2013**



Con el PSOE en caída libre, los ataques a Rubalcaba seguían sin cesar por su escasa capacidad para confrontar las medidas del gobierno. El líder de la oposición se mantuvo oculto y tibio en sus declaraciones, por lo que la sátira también tuvo duras críticas para él.

Imagen nº 79. Portada de *El Jueves*. Nº 1911, 08/01/2014



Fuente:

[viejuna.eljueves.es/articulo/revista/revistas\\_anteriores/del\\_aborto\\_solo\\_principio.html](http://viejuna.eljueves.es/articulo/revista/revistas_anteriores/del_aborto_solo_principio.html),

Esta portada de *El Jueves* es especialmente brillante por la cantidad de temas que aborda, compara y discute. Relaciona la medida con la polémica aprobación de la “Ley Mordaza” para llevar al extremo las presuntas y ocultas intenciones del gobierno de impedir toda relación sexual sin fines reproductivos. Se lleva la situación al extremo para mostrar la “posible” siguiente medida del Gobierno: usar a los antidisturbios para evitar medidas anticonceptivas tan poco fiables como la conocida como “marcha atrás”.

**Sandra:** *El PP intentará conseguir el máximo consenso para aprobar la reforma.*

**Wyoming:** *o dicho de otra forma, que hasta la aprobación de esta brutal reforma, el PP aligerará algún punto como podría ser, por ejemplo, en el caso de las malformaciones para intentar convencernos de que la ley es de \*\*\*\* madre. Es lo que se llama la*

*Ley del Mal Menor, como cuando tu pareja te dice que te va a llevar al circo pero al final te lleva al Circo del Sol*<sup>68</sup>.

Desde *El Intermedio* fueron un paso más allá y adivinaron la estrategia empleada por el gobierno para aprobar la ley y la mostraron de una manera bastante nítida: llevar la norma muy lejos para luego quitar algún apartado polémico y salirse con la suya en el resto, pudiendo defender su postura además como dialogante y abierta al consenso.

#### **3.4.9 Esperanza Aguirre se da a la fuga cuando iba a ser multada en el centro de Madrid**<sup>69</sup>

La por entonces presidenta del PP madrileño aparcó aquella tarde su coche en el carril bus de la Gran Vía madrileña para sacar dinero de un cajero automático, infracción sancionable con hasta 200 euros. Cuando una pareja de agentes de movilidad se acercó para denunciar el vehículo, Aguirre volvió del cajero muy nerviosa increpando a los policías y se marchó de allí a toda prisa golpeando la moto de uno de los agentes en su huida. Estos comenzaron a perseguirla pidiéndole en reiteradas ocasiones que se detuviera, cosa que Aguirre no hizo hasta que llegó a su casa y se metió en el garaje. Una vez dentro de su hogar, los agentes le pidieron que saliera, pero la presidenta popular se negó en varias ocasiones hasta que al final aceptó y le pudo ser notificada su denuncia.

Dentro de la hilaridad de esta situación encontramos varios factores que la sátira utilizó para criticar la actuación de la ex alcaldesa de Madrid. Aunque

---

<sup>68</sup> *El Intermedio*, emitido en *La Sexta* el 7 de enero de 2014

<sup>69</sup> 4 de abril de 2014. [https://elpais.com/ccaa/2014/04/03/madrid/1396542487\\_183605.html](https://elpais.com/ccaa/2014/04/03/madrid/1396542487_183605.html)



pueda parecer un hecho aislado realizado por un ex cargo público en su tiempo libre, las connotaciones políticas del asunto salieron a la luz de manera notable, haciendo hincapié en que la actitud soberbia y altiva de Aguirre en el incidente coincide con la que ha mantenido durante su carrera política. Además, en el caso han entrado factores como el de ser mujer, ser sexagenaria, la campaña realizada por medios de derechas a su favor o las recientes detenciones de otros famosos por delitos al volante que no fueron debidamente sancionados a causa de su posición.

**Imagen nº 80. Tuit de @elbaronrojo, 04/04/2014**



Aquí nos encontramos con una burla de @elbaronrojo muy repetida durante las horas posteriores. Aguirre se dio a la fuga por el centro de Madrid mientras era perseguida por la policía, lo que muchos tuiteros compararon con las carreras de videojuegos o la Fórmula 1. El hecho de que los pilotos de esta categoría suelen ser varones jóvenes añade hilaridad a la comparación.



**Imagen nº 81. Tuit de @gerardotc, 04/04/2014**



En este tuit @gerardotc recuerda otros momentos de famosos que tuvieron problemas con la justicia por temas de circulación. Además, en los tres casos se produjo mucha polémica ya que su mala praxis al volante causó víctimas mortales y luego la condena fue menor de la que la gente esperaba, por lo que la opinión pública cargó duramente contra ellos. Esperanza Aguirre no atropelló ni lastimó a nadie en su huida, pero al provocar una persecución por la capital haciendo caso omiso a las órdenes del agente podría haber causado un accidente. Es por ello que sea comparada con los otros tres, pues, aunque no atropellaron ni mataron a nadie de manera voluntaria, su irresponsable actuación tras el volante provocó víctimas mortales.

**Imagen nº 82. Tuit de @FacuDiazT, 03/04/2014**



@facudiazT señala aquí la soberbia de la presidenta del PP madrileño. Aguirre se pasó todo el día entrando en directo en diferentes medios para explicar su versión y tratar de quitar importancia al asunto. Sin embargo, su actitud no fue ni mucho menos humilde ni se mostró arrepentida, sino que criticó a los policías y denunció que todo se había magnificado mediáticamente para atacarla a nivel político. Esta arrogancia se muestra en actos como el de aparcar en el carril bus, desobedecer a los agentes o darse a la fuga. Unos hechos que vienen a mostrar la actitud de la que se ha acusado a muchos miembros del PP por considerarse encima de la ley y actuar como si los cargos públicos les permitieran ser poseedores de todo. Es por ello que vista la nula importancia que da Aguirre a las normas de circulación, a @facudiazT no le extrañaría que mientras entrara en directo por televisión estuviera cometiendo otra infracción, conducir mientras habla por teléfono.

**Imagen nº 83. Tuit de @quiquepeinado, 04/04/2014**



El cómico @quiquepeinado juega aquí con la habilidad política de Esperanza Aguirre, considerada por muchos una gran estratega capaz de dar la vuelta a los hechos para transformarse de culpable a víctima. Aunque no se mencione en el tweet, se hace notable referencia a la afirmación de la por entonces presidenta

de la Comunidad de Madrid cuando dijo en 2009 que ella “había destapado la trama Gürtel” (A.G. 2010) haciéndose pasar por víctima cuando en realidad todo el mundo acusaba a su entorno político de ser los responsables de un enorme caso de corrupción. En el tema de la huida, Aguirre afirmó en su defensa que “los agentes no tenían nada mejor que hacer que perseguir a una sexagenaria”, tratando de minimizar sus actos y poniendo el foco en la mala actuación de la policía, denunciando que se había convertido en un caso mediático para atacarla políticamente.

**Imagen nº 84. Tuit de @Mortimer\_Fu, 03/04/2014**



Aquí @Mortimer\_Fu critica precisamente lo contrario, la campaña de los medios de derechas para defender a Esperanza Aguirre minimizando sus actos y atacando a los agentes de movilidad. La presidente del PP madrileño defendió su actuación y una gran parte de tertulianos y colaboradores de derechas no solo no le hicieron ningún reproche, sino que la trataron como si fuera la víctima. Ignacio Escolar, director de eldiario.es, criticó duramente a dichos tertulianos acusándolos de recibir dinero por su apoyo mediático.

**Imagen nº 85. Tuit de @iescolar, 04/04/2014**



**Ignacio Escolar**   
@iescolar

No sé que resulta más vergonzoso. Lo que ha hecho Aguirre esta tarde o las excusas de su bien financiado coro mediático para justificarlo.

1:38 a. m. · 4 abr, 2014 · [TweetDeck](#)

264 Retweets 112 Me gusta

**Imagen nº 86. Viñeta en eldiario.es, 25/04/2017**



**Fuente:** [eldiario.es/rastreador/caida-Aguirre-vinetas-Fontdevila\\_6\\_635246477.html](http://eldiario.es/rastreador/caida-Aguirre-vinetas-Fontdevila_6_635246477.html)

Aunque esta viñeta de Manel Fontdevila sea anterior a los hechos producidos, en ella se ve perfectamente la acusación que se hace contra Aguirre de tratar siempre de “hundir en el barro” a los demás mientras ella se mantiene limpia y pura de cualquier pecado. Esta ilustración fue icónica ya en el momento de su publicación y muchos la recuperaron con motivo de la huida de la presidenta del PP madrileño.

### 3.4.10 Arias Cañete: “el debate con una mujer es difícil”<sup>70</sup>

El 15 de mayo de 2014 se produjo un debate televisado con motivo de las elecciones al Parlamento Europeo entre el candidato del PP, Miguel Arias Cañete, y su homóloga en el PSOE, Elena Valenciano. Al día siguiente, al ser preguntado por Susanna Griso en el programa matutino *Espejo Público* de Antena 3 sobre sus impresiones tras el cara a cara, el entonces Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente respondió que “El debate con una mujer es complicado. Si demuestras superioridad intelectual o la acorralas, es machista”. ¿Valenciano no tardó en contestar vía Twitter nada más enterarse con un “Entonces?? ¿Qué hacemos? ¿Fuera mujeres del debate??”.

Pero esta no fue la única polémica de Arias Cañete, ya que en la misma entrevista manifestó “ser consciente de que su contrincante en el debate electoral no es una mujer indefensa, sino una política profesional”, a lo que añadió que “si debato con el señor Rubalcaba nos podemos decir todas las barbaridades, pero con una mujer se interpreta de otra manera”. Además, atacó a su rival señalando que “con todas las provocaciones de la señora Valenciano, toda la demagogia y apelaciones al populismo, con todas las medias verdades y mentiras, si soy yo mismo, me temo. Entraría a matar”.

Este ejercicio de condescendencia hacia las mujeres fue enormemente criticado tanto en las redes sociales como en la sátira, en donde se acusó al candidato popular de machista, cobarde y mal perdedor al no saber defender sus posiciones mediante argumentos racionales y trata de descalificar a su oponente en función de su género.

---

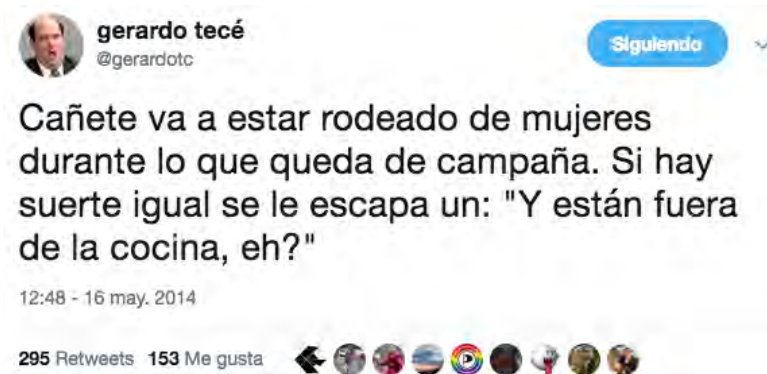
<sup>70</sup> 16/05/2014. <http://www.elmundo.es/espana/2014/05/16/5375be8c268e3ecf7a8b456c.html>

**Imagen nº 87. Tuit de @moedetriana, 16/05/2014**



En este tweet de @moedetriana se juega con el machismo de Cañete a la vez que con su supuesto bajo nivel intelectual, ya que se sobreentiende que el candidato del PP pretendía sonar gracioso e incluso ingenioso con su mensaje cuando en realidad estaba cometiendo un grave error que podría costarle un gran número de votos. A lo que él se refiere como “espontaneidad” se descubre mediante el tweet en un terrible error táctico.

**Imagen nº 88. Tuit de @gerardotc, 16/05/2014**



Aquí @gerardotc juega a adivinar la táctica del PP para tratar de solucionar el grave error de su candidato. Sin embargo, da a entender que no se trata de un error y que rodearse de mujeres no significa dejar de ser machista, sino que se trata de un recurso barato para tratar de aparentar algo que no es. Yendo por la



misma senda que el tweet anterior, en este también se juega con el machismo de Cañete, a la vez que, con poca perspicacia, ya que por mucho plan que tenga el partido para mejorar su imagen, volvería a salir a flote la verdadera naturaleza misógina del candidato.

#### Imagen nº 89. Tuit de @moedetriana, 16/05/2014



Tras la polémica suscitada por sus palabras, al día siguiente Arias Cañete trató de calmar la tensión escribiendo en su cuenta de Twitter que él siempre ha creído en las mujeres, como Tejerina o Cospedal, algo que en sí ya sonaba bastante condescendiente al parecer que ha de ser un hombre quien confíe en una mujer para demostrar su valía. En este tweet @elhumanoide sigue en la misma línea que el anterior apuntando a que estar rodeado de, trabajar con o ser amigo de mujeres no implica no ser machista. Por ello, al no servir como argumento para refutar su machismo, @elhumanoide realizaba una reducción al ridículo tratando de desmontar su razonamiento llevándolo al extremo, haciendo una analogía entre ser machista y tener amigas mujeres es posible, al igual que ser un asesino y tener amigos que estén vivos también lo es.

**Imagen nº 90. Tuit de @mariolacubells, 16/05/2014**



En este último tweet de @mariolacubells encontramos una brillante mezcla de todo lo mostrado anteriormente. Además de atacar el argumento de Cañete y su posterior defensa, realiza una reducción al ridículo llevando hasta el extremo las palabras del candidato popular. En este caso, se apoya en la situación de racismo que viven los negros en Estados Unidos para compararla a la de machismo que sufren las mujeres en España. Sin embargo, en este caso el afectado es una persona de gran poder, ya que Barack Obama era presidente de EEUU y contaba con un enorme apoyo popular en su país. Unas palabras así por parte de su rival republicano, al que en alguna ocasión se le han podido adivinar pensamientos en esa misma línea, hubiera sido catastrófica para su carrera, llevándole con total probabilidad a tener que abandonar su campaña electoral y desaparecer de la vida pública para siempre. Al hacer esta comparación, brillante por lo contundente y nítida que resulta, se muestra el poco compromiso de España con la igualdad de género, ya que lo lógico hubiera sido una reacción parecida por parte del candidato y su partido. Sin embargo, Arias Cañete continuó con su campaña electoral y a los pocos días la gravedad del asunto pareció diluirse.



### **3.4.11 Directivos de Caja Madrid usaban 'tarjetas B' para sus gastos personales<sup>71</sup>**

En este caso volvemos a encontrar una polémica más de carácter legal y ético que ideológico, ya que no se trata de una decisión o argumento político sino de pura corrupción. El asunto no deja de ser complejo de cara a la actuación de la sátira, ya que, al tratarse de una caja de ahorros, se mezcla lo privado con lo público, teniendo en cuenta además que algunos de los consejeros que usaron dichas tarjetas opacas eran sindicalistas y de partidos de izquierdas.

Tras el fracaso del PSOE en las elecciones europeas, Alfredo Pérez Rubalcaba dimitió y fue elegido nuevo secretario general Pedro Sánchez tras ganar a Eduardo Medina en un congreso extraordinario. El PSOE apostaba así por un líder más joven (al igual que Medina), más enérgico en sus mítines y críticas al gobierno y con mayor actividad en redes sociales, lo cual señalaban dentro del partido como las debilidades que habían encontrado con Rubalcaba hasta el momento. Sin embargo, Pedro Sánchez tampoco ha sido un líder con conocimientos y habilidades de las herramientas de humor y persuasión de las que aquí tratamos y cuando lo ha intentado ha sido con escaso éxito, lo que ha provocado que se generara cierta burla entre la ciudadanía y la sátira por intentar adaptarse a los nuevos tiempos.

---

<sup>71</sup> 2 de octubre de 2014.

[www.elmundo.es/economia/2014/10/02/542c87c1ca474132198b4574.html](http://www.elmundo.es/economia/2014/10/02/542c87c1ca474132198b4574.html)

**Imagen nº 91. Tuit de @moedetriana, 03/10/2014**



Al ser un tema de corrupción, nos encontramos con la frustración y rabia habitual de la ciudadanía, ya que al no ser una decisión confrontable sino un delito, la sátira sirve a su vez como herramienta para canalizar ese cabreo, como en este tweet que realiza un juego de palabras en busca de venganza hacia quienes han actuado de manera corrupta.

**Imagen nº 92. Tuit de @TaboadaLucia, 06/10/2014**



Estando España en una situación económica tan dura y desigual, vemos en este tweet que se lleva el concepto de “Las dos Españas”, referido tradicionalmente a los bandos de izquierda y derecha enfrentados por la Guerra Civil, a los dos “países” que habría en la actualidad en relación a la capacidad económica: los que roban contra los robados.

**Imagen nº 93. Tuit de @Els\_quatre\_gats, 02/10/2014**



Cabe señalar que estas tarjetas opacas, como ha sido puesto de manifiesto en el juicio, eran en realidad sobornos al consejo de administración para que miraran hacia otro lado y pudieran “dilapidar” la caja a su gusto, lo que explicaría la estrategia de Caja Madrid con la polémica venta de acciones preferentes y que al final hubiera que rescatar a la entidad con una gran suma de dinero público.

**Imagen nº 94. Tuit de @donarfonzo, 01/10/2014**



Sin embargo, alguno quiso defender a los acusados en base a la “picaresca” española tradicional, dando a entender que todos habríamos actuado igual en

esa situación. En este caso, se culpabilizaría más a la laxitud de la cultura española respecto a corrupción que los criminales en sí.

En *El Intermedio* criticaron la falta de toda vergüenza a la hora de realizar estas maniobras en las que parecían incluso reírse de lo que hacían contabilizando dichos robos como robos hacia la entidad. Una especie de doble ironía en la que los ladrones admitían lo hecho con total falta de escrúpulos y de jactándose de que fuera de manera “ordenada”<sup>72</sup>.

**Sandra:** *el equipo que relevó a Rato en Bankia descubrió que las tarjetas fantasma se ocultaban en la cuenta de “quebrantos”, la cuenta dedicada a cantidades no recuperables como Visas robadas, por ejemplo.*

**Wyoming:** *no entiendo por qué esto es una noticia, contabilizaban lo que gastaban dentro de la cuenta dedicada a los robos, sinvergüenzas sí, pero ordenados.*

Forges también reflejó el estado de frustración generalizado de la sociedad ante los incesantes casos de corrupción que no cesaban en aquellos días, agravado a su vez por el hecho de que en este caso además de directivos del PP había también históricos sindicalistas y políticos de IU, lo que generó una sensación de frustración y desespero ante la penosa situación de falta de ética alguna.

---

<sup>72</sup> *El Intermedio*, emitido en *La Sexta* el 03/10/2014

**Imagen nº 95. Viñeta en *El País*, 05/10/2014**



**Fuente:** [elpais.com/elpais/2014/10/04/vinetas/1412437251\\_075544.html](http://elpais.com/elpais/2014/10/04/vinetas/1412437251_075544.html)

**3.4.12 Plan de emergencia en Madrid por el primer caso de ébola fuera de África<sup>73</sup>**

En esta fecha encontramos un tercer tipo de polémica, ya que no es ni un tema ideológico como la ley del aborto o de corrupción como el de Bárcenas. En este caso se trata de un problema de supuesta inoperancia por parte de la entonces Ministra de Sanidad Ana Mato, a la que se acusó de incapacidad para gestionar adecuadamente la situación. A ello se le une además que algunos periodistas apuntaron a que la propia Ministra habría conseguido la cartera de Sanidad más por su amistad con el presidente Rajoy que por sus aptitudes profesionales, aparte del hecho de que el marido de Mato, Jesús Sepúlveda, fue investigado por la trama Gürtel. Todo ello provocó que Soraya Sáez de Santamaría tuviera que hacerse cargo de la situación en medio de la crisis, lo que llevó a la ministra Mato a dimitir un mes después envuelta en una estela de críticas y desaprobación.

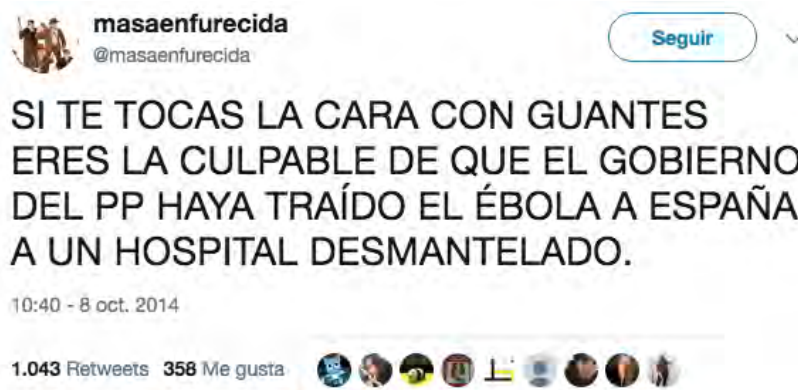
<sup>73</sup> 07/10/2014. [politica.elpais.com/politica/2014/10/07/actualidad/1412637493\\_212410.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/10/07/actualidad/1412637493_212410.html)

**Imagen nº 96. Tuit de @Xuxipc, 07/10/2014**



La actuación del gobierno fue muy discutida por traer a una enfermera que había estado en contacto con un enfermo de ébola a España sin realizar ningún proceso de cuarentena, buscando más un impacto mediático que una solución estudiada al asunto.

**Imagen nº 97. Tuit de @masaenfurecida, 08/10/2014**



Además, voces del gobierno y la derecha mediática acusaron a la enfermera de no actuar según el protocolo establecido, teniendo que quitarse un traje posiblemente infectado en malas condiciones en un hospital en el que los recortes del gobierno habían descuidado las atenciones necesarias para estos casos.

**Imagen nº 98. Tuit de @gerardotc, 12/10/2014**



En otros países con Estados Unidos sucedió algo parecido y nadie trató de acusar al enfermero por contagiarse de ébola, sino que se le alabó por su valentía al ejercer su profesión sabiendo que corría el riesgo de infectarse en vez de criticarle por no seguir el protocolo.

**Imagen nº 99. Tuit de @PhilAMellows, 13/10/2014**



Sin embargo, algunos quisieron romper una lanza a favor de la actuación del gobierno y criticaron la falta de sentido común de la enfermera, que estando con fiebre, lo cual según el protocolo debía saber que podía ser ébola, se fue a la



peluquería y al médico sin decir nada a nadie de que podía estar infectada, poniendo en riesgo a su entorno cercano de manera poco ética y profesional.

**Imagen nº 100. Tuit de @AnitaBotwin, 07/10/2014**



Además, Ana Mato venía de otra polémica reciente, ya que tras ser preguntada por el juez por un coche de alta gama que tendría en el garaje de su casa a razón de un supuesto soborno a su marido de la trama Gürtel, la entonces ministra respondió que ese coche nunca lo vio a pesar de estar en su casa, lo cual provocó un alud de críticas por mentir, pero sobre todo por no saber ni mentir bien, lo cual relacionaría dicha torpeza con la observada durante su gestión de la crisis del ébola.

*El Jueves* también atacó la supuesta inoperancia de la ministra, a la que tuvo que sustituir la vicepresidenta del gobierno durante la crisis para atajar los ataques de la prensa poniendo al cargo a uno de los pesos pesados del gobierno de Rajoy y dejando en un segundo plano a la criticada ministra.



Imagen nº 101. Portada de *El Jueves*. Nº 1951, 15/10/2014



Fuente: [viejuna.eljueves.es/articulo/revista/revistas\\_anteriores/cuarentena.html](http://viejuna.eljueves.es/articulo/revista/revistas_anteriores/cuarentena.html)

No solo fue mala la actuación de la ministra durante la crisis, sino que la rueda de prensa que dio para explicar lo sucedido y defender su actuación rozó el esperpento por su escasa capacidad para entender lo que estaba ocurriendo, por lo que cuando al día siguiente compareció la Directora General en vez de ella, se entendió que pasaba el bulto a alguien que supiera de verdad lo que estaba pasando<sup>74</sup>.

**Sandra:** el hecho de que [al día siguiente] haya comparecido la Directora General de Salud Pública en el Congreso ha despertado la indignación de los diputados que, dada la importancia de los acontecimientos, esperaban que las explicaciones las diera la Ministra de Sanidad.

<sup>74</sup> *El Intermedio*, emitido en *La Sexta* el 08/10/2014

**Wyoming:** *bien, a mí me cuesta creer a la clase política, es que ¿no entendieron las explicaciones de la Ministra? Y en el caso de que no las entendieran ¿querían volver a no entenderlas hoy? Es como si vas a Tailandia, te pilla un tsunami y encima quieres que llueva.*

Wyoming quiere decir que quedando certificado que la ministra es una inepta, lo mejor es ignorarla y dejar que tomen el control personas más capacitadas.

### **3.4.13. Hacienda revela el pago de otros 750.000 euros en negro por la sede del PP<sup>75</sup>**

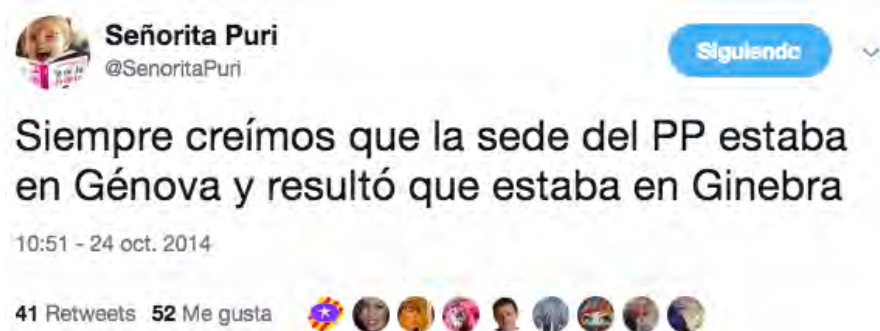
La Agencia Tributaria descubrió que solo por la planta baja de Génova el PP pagó 750.000 euros en negro en 2006. Por otras cuatro plantas de la sede central el PP abonó desde 2008 otros 906.000 euros en negro, según la Agencia Estatal de Administración Tributaria AEAT, por lo que en total los pagos en B por la sede central en Madrid habrían ascendido a 1,7 millones de euros<sup>76</sup>. Sin embargo, Bárcenas solo reflejó pagos por 812.000 euros en una contabilidad manuscrita por los trabajos del edificio, por lo que habría 900.000 euros en negro más del PP, según Hacienda, que no figuraban ni en la contabilidad A ni en la B del partido. Además, el juez Ruz dejó de utilizar el calificativo “presunto” para hablar de los pagos en negro por las obras en la sede, ya que en el informe de la Agencia Tributaria se “infiere” una doble facturación y que el PP pagó “con fondos ajenos al circuito económico legal”.

---

<sup>75</sup> 24/10/2014. [http://cadenaser.com/ser/2014/10/24/espana/1414108230\\_850215.html](http://cadenaser.com/ser/2014/10/24/espana/1414108230_850215.html)

<sup>76</sup> <https://www.rtve.es/noticias/20141024/hacienda-concluye-pp-pago-750000-euros-negro-obras-genova/1035340.shtml>. Consultado en septiembre de 2019

Imagen nº 102. Tuit de @SenoritaPuri, 24/10/2014



En este tweet @SenoritaPuri juega con el doble sentido del sobrenombre que recibe la sede del PP, “Génova” por ser esta la calle en la que se encuentra y una ciudad italiana, y Ginebra, ciudad suiza de nombre parecido y a donde Bárcenas habría ido a ocultar el dinero negro conseguido mediante la trama Gürtel. Al desvelarse que la sede central del PP habría sido pagada con dinero oculto de dicha trama se entiende en realidad el sitio donde se tomaban las decisiones importantes del partido sería en Suiza, donde se encontrarían los fondos con los que el PP se habría financiado.

Imagen nº 103. Tuit de @gerardotc, 24/10/2014



El año 2014 y, en especial, sus últimos meses estuvieron cargados de polémicas con el PP como epicentro. A medida que se fueron desvelando informaciones sobre los “Papeles de Bárcenas”, la supuesta contabilidad B del PP, se fue sabiendo cómo conseguía el partido el dinero necesario para financiarse y en qué lo utilizaba, sobre todo en sobresueldos a sus dirigentes y en la reforma de la sede central. En los meses anteriores el juez Ruz fue encontrando poco a poco dichos gastos, por lo que se volvió casi habitual que cada poco tiempo se desvelara un nuevo ingreso o gasto irregular dentro de las cuentas del PP. “El día de la marmota” hace referencia a la película *Atrapado en el tiempo*, en donde el protagonista se levanta cada mañana viviendo el mismo día, similar a lo que le sucedería al juez Ruz con la contabilidad B del PP.

**Imagen nº 104. Tuit de @Els\_quatre\_gats, 24/10/2014**



Aquí @els\_quatre\_gats hace referencia a la poca importancia que dio la gente fuera del marco puramente mediático a la noticia sobre el pago irregular de la sede del PP, ya que a pesar de que las redes y los programas satíricos hacían continua alusión a la corrupción generalizada que se vivía en el país, a los pocos días de cada escándalo la situación volvía a calmarse y a olvidarse. De hecho,

a pesar de todo lo sucedido, el PP volvería a ganar las elecciones en 2015. Por otro lado, el tweet también hace referencia al supuesto trato de favor que tendría la justicia con el PP a causa de la influencia que tendría el partido del gobierno a la hora de mover y colocar ciertos jueces afines a sus planteamientos.

**Imagen nº 105. Tuit de @Xuxipc, 24/10/2014**



En este tweet @xuxipc juega con la supuesta “maldición” que tendría la sede de Génova del PP. Se suele jugar en ficción con el concepto de que algún sitio está gafado por el hecho de haber sido construido sobre un cementerio indio. En este caso, la ironía del tweet explica que el Partido Popular estaría “condenado” a practicar la corrupción política ya que su sede se encuentra sobre un cementerio de billetes de 500 euros, un billete poco usado en el día a día, pero muy útil en casos de pagos en negro.

Imagen nº 106. Tuit de *@PabloTilo*, 24/10/2014



Este tweet de *@PabloTilo* juega con la exageración de qué habrá en la caja A del PP, la financiación legal del partido. Y es que en esta fecha llamó mucho la atención que aparte de la “caja B” del PP, hubiera pagos que ni siquiera estuvieran ahí, por lo que Bárcenas tendría una tercera contabilidad paralela y también oculta que ni siquiera saliera en los conocidos como “papeles de Bárcenas”. Ante tal número de contabilidades diferentes dentro del partido la pregunta que surge es “entonces, ¿qué hay en la contabilidad A del PP?”. *@PabloTilo* juega con que en realidad la caja legal del partido no la usan para nada, sino que es de broma y si alguien quiere ver qué hay dentro, qué hay de legal en el PP, le salta una cabeza de payaso enganchada a un muelle.

**3.4.14 El juez destapa la trama del 3% madrileño. Francisco Granados, detenido<sup>77</sup>**

En esta fecha encontramos una de las situaciones más ricas a nivel satírico, ya que confluyen casi todos los aspectos ya mencionados en las anteriores. Hay corrupción, hipocresía, hemeroteca, frustración, esperpento, defensa a ultranza

<sup>77</sup> 27/10/2014 [politica.elpais.com/politica/2014/10/27/actualidad/1414402470\\_467582.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/10/27/actualidad/1414402470_467582.html)

y demás, todo ello en una época con una difusión de las redes sociales mucho mayor, con “tweet stars” convertidos casi en líderes de opinión y una población ya cansada de que cada semana se destapen nuevos casos de corrupción política.

**Imagen nº 107. Tuit de @cristina\_pardo, 27/10/2014**



Esta vez le tocó a Esperanza Aguirre, que vio cómo su mano derecha, Francisco Granados, era detenido por aceptar sobornos. Había defendido a ultranza tanto a su equipo como que ella había sido quien había destapado la trama Gürtel, por lo que el PP madrileño debía ser un partido limpio y alejado de toda la corrupción generalizada, sobre todo en Valencia. Estas declaraciones en su momento ya generaron bastante hilaridad en los medios y la población, pero la entonces presidenta de la Comunidad fue tan vehemente en su defensa que se le concedió la oportunidad de la duda. Sin embargo, en cuanto se descubrió el caso de Granados, todo el mundo recordó las palabras de Aguirre y la dignidad con la que había comparecido.



**Imagen nº 108. Tuit de @TaboadaLucia, 27/10/2014**



Otro que alardeaba de limpieza y mano dura frente a la corrupción era Mariano Rajoy. Sin embargo, casi como si de un relato de ficción se tratara, cada vez que el presidente del gobierno salía en defensa de alguien de su partido, este era detenido al poco tiempo por temas de corrupción. Este halo de gafe de Rajoy le acompañó en sus últimos años, lo que, de cara al imaginario colectivo, en gran medida potenciado por los medios satíricos, generó una estela de personaje al que no se termina de tomar en serio, ayudado también por su peculiar forma de hablar y por la sensación de despiste y de no saber bien qué hace ahí, elementos que le acercan a comedias de situación y que desvirtúan la solemnidad clásica de los líderes políticos. En este caso hay dudas sobre si la imagen del presidente le ha favorecido o perjudicado ya que, aunque es verdad que parte de la población encuentre fallos evidentes en sus habilidades comunicativas, esta humanización del presidente ha recibido muchos apoyos, una especie de populismo no forzado ni buscado que ha conectado con gran parte del electorado, que sintoniza con un hombre afable que sale a “medio correr” por las mañanas, lee el diario deportivo *Marca* y trata de hacerse entender por todo el mundo sin grandes alegatos ni peroratas. Quizá una buena ejemplificación de la “política menor” en una época de profunda crisis que requería de políticos de



mayor liderazgo e ideales, pero que le sirvió para salir reelegido en 2015 con su táctica habitual: no hacer demasiado, dejar que los demás se maten y convertirse en el mal menor en el que la gente confía.

Este aspecto del presidente encuadra con el planteamiento de “personaje” que hemos hablado antes a la hora de generar persuasión mediante el humor, Rajoy no consiguió la empatía de muchos ciudadanos haciendo chistes, pero su actitud, un tanto cómica a la par que tierna, le pudo favorecer electoralmente. En general, el presidente se mostró casi siempre como alguien de carácter humilde, poco dado a la soberbia y a la agresividad habitual. Sus continuos despistes y frases sin sentido no hicieron más que profundizar ese aspecto y otorgarle una vitola de “hombre normal” que encajaba con el votante medio. Las situaciones cómicas que provocó, probablemente no pretendidas, crearon un personaje con similitudes con el de muchas comedias de situación televisivas.

**Imagen nº 109. Tuit de @Xuxipc, 03/11/2014**



En este caso hay una ironía situacional, en la que los políticos que construyeron e inauguraron cárceles acabaron encerrados en ellas por corrupción, lo que vuelve a darle a la actualidad política y social del país un aire

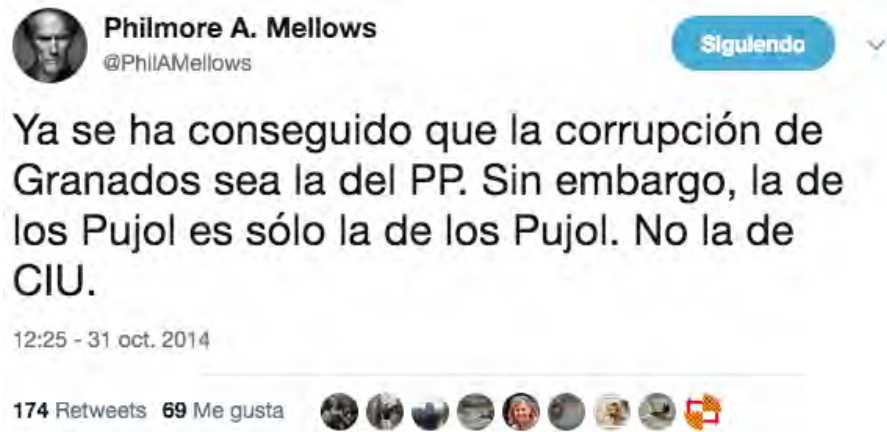
cercano a la comedia, pues a nivel narrativo sería un final digno de una película o serie de humor.

**Imagen nº 110. Tuit de @masaenfurecida, 31/10/2014**



Esta es otra ironía situacional, solo que provocada por los propios partícipes. A nivel narrativo vendría a ejemplificar el caso de quien “a hierro mata, a hierro muere”. Granados consiguió llevar al poder a Aguirre tapando posibles casos de corrupción, pero luego la puso en el disparadero al conocerse que él también los realizó, lo que posiblemente influyó en que Aguirre perdiera las elecciones al Ayuntamiento de Madrid en 2015.

Imagen nº 111. Tuit de @PhilAMellows, 31/10/2014



La sátira en estos tiempos ya empezaba a encontrar aliados en la derecha mediática, lo que en un principio habría sonado más extraño, por lo que algunos salieron en defensa del PP promoviendo la tesis de que la corrupción es un mal generalizado que no afecta a partidos enteros, sino a personas a nivel individual.

Imagen nº 112. Portada de *El Jueves*, Nº 1954, 05/11/2014



Fuente:

[viejuna.eljueves.es/articulo/revista/revistasanteriores/los\\_del\\_pp\\_van\\_de\\_integros\\_estamos\\_indignados.html](http://viejuna.eljueves.es/articulo/revista/revistasanteriores/los_del_pp_van_de_integros_estamos_indignados.html)

Como el PP defendía esta misma postura de las “manzanas podridas en vez del árbol”, *El Jueves* ilustró esta portada con los propios dirigentes del partido como los “gusanos responsables” de dicha corrupción dando la vuelta al argumentario de la formación. Se cambia la dirección de la influencia, no es el PP el que instiga a sus bases a nivel partido, sino a nivel individual, el partido no es el árbol podrido que da malas manzanas, sino es el gusano que pudre las manzanas y estropea el propio árbol. Una metáfora brillante y muy visual que trata de explicar el funcionamiento de la corrupción.

**Wyoming:** *[VTR recuperado La Sexta Noche Granados: “el ver cómo cuatro sinvergüenzas se llevan el dinero público a su casa de todos los partidos, porque esto de la corrupción no entiende de colores políticos, pues entiendo que la gente está muy harta”]. ¡Bravo, lo ha clavado! Lo que no sé es por qué no se presenta a las elecciones de Podemos, debería liderar un círculo, el de Soto del Real*<sup>78</sup>.

Esta fue otra de las hemerotecas más recordadas tras la detención de Granados, cuando criticaba con fiereza meses atrás la corrupción presentándose de víctima. Había entonces tantos políticos del PP en Soto del Real que *El Gran Wyoming* aprovechó para hacer un símil con la nueva forma de agrupación que empleaba Podemos de los círculos ciudadanos.

---

<sup>78</sup> *El Intermedio*, emitido en *La Sexta* el 28/10/2014

### 3.4.15 La infanta Cristina, imputada por fraude fiscal<sup>79</sup>

La Audiencia de Palma confirmó que la infanta Cristina debería ser investigada y declarar ante el juez por dos delitos fiscales en 2007 y 2008 por “contribuir a defraudar” dinero a Hacienda y tener “conocimiento o representación” del fraude. La hermana del rey Felipe VI había sido ya imputada en enero por el caso Nóos por la supuesta malversación de seis millones de euros y la implicación de su esposo, Iñaki Urdangarín, y el socio de este, Diego Torres. La causa se inició por las sospechas a partir de sus negocios con los Gobiernos del PP en Baleares y Valencia.

En este caso no se enjuiciaba a un miembro del gobierno de Rajoy o del Partido Popular en particular, pero al tratarse de un miembro de la Casa Real en una época en la que la Corona había sufrido un gran número de polémicas que habían llevado a Juan Carlos I a abdicar en su hijo Felipe, se tomó por la ciudadanía como un caso más de saqueo de las arcas públicas por parte de, lo que desde el recién fundado partido Podemos llamaban “la casta”, personas que tras llevar muchos años dentro o cerca del poder habían conseguido una posición privilegiada. Entre ellos, la Casa Real.

#### Imagen nº 113. Tuit de @norcoreano, 07/11/2014



<sup>79</sup> 07/11/2014. [https://elpais.com/politica/2014/11/06/actualidad/1415308747\\_549559.html](https://elpais.com/politica/2014/11/06/actualidad/1415308747_549559.html)

En este tweet, *@norcoreano* hace un paralelismo entre la situación de la Pantoja y la de la Infanta Cristina. La cantante había sido condenada por beneficiarse de la trama corrupta en la que participó su entonces marido Julián Muñoz, ex alcalde de Marbella. El tweet hace referencia a la poca fe que tiene la ciudadanía en que gente de gran poder como puede ser la Casa Real acabe ingresando en prisión en caso de cometer delitos. Cuando se anunció que la infanta estaba imputada y que tendría que declarar ante el juez, muchos ironizaron sobre lo poco probable que sería que acabara cumpliendo alguna condena gracias al supuesto privilegio con el que contaría por su posición social. Finalmente fue absuelta, pero tanto su marido Urdangarín como Torres acabaron ingresando en prisión años más tarde por este mismo caso.

**Imagen nº 114. Tuit de *@esecundarios*, 07/11/2014**



En esa misma línea se mueve el tweet de *@esecundarios*, quienes señalan que no hace falta ser un gran abogado para defender a la infanta Cristina o cualquier miembro de la Corona, ya que el propio sistema judicial está corrupto y no permitiría una condena a alguien así. El mensaje emplea un absurdo, como es el hecho de que un profesor de derecho dijera eso a sus alumnos, aunque no

parecería extraño que realmente hubiera pasado, ya que por aquel entonces se asumía que la infanta terminaría quedando absuelta.

**Imagen nº 115. Tuit de @gerardotc, 07/11/2014**



Aquí, @gerardotc critica en su tweet que la defensa de la infanta Cristina se basara en el desconocimiento de las actuaciones de su marido en todo momento, algo poco creíble viendo el nivel de vida que llevaban. Al aparecer su nombre y su firma en varios papeles relacionados con el caso Nóos, la defensa de Cristina afirmó que ella solo hacía lo que su marido le pedía debido a “su fe en el matrimonio y el amor por su marido”, según esgrimió su abogado frente al juez. Esta supuesta inocencia de la infanta generó mucha hilaridad y se repitió hasta la saciedad. Es por ello que en este tweet se juega con que Cristina fue absuelta del cargo de blanqueo “porque estaba muy enamorada”, pero que cuando llegaron los cargos fiscales, menos graves, no lo debía estar tanto y sí fue imputada. En realidad, es una crítica a se le fueran cerrando los cargos más importantes y se dejaran solo los más leves o las faltas.



Imagen nº 116. Tuit de *@PabloTilo*, 08/11/2014



En este tweet *@pablotilox* ironiza también sobre el hecho de personalidades relevantes de la sociedad traten de librarse de acusaciones delictivas escudándose en “estar enamoradas”. Aparte del caso de Isabel Pantoja ya mencionado anteriormente, se incluye también aquí al ex presidente de la Junta de Andalucía José Antonio Monago, quien fue acusado de gastar dinero público en viajes particulares para visitar a una novia que tenía en Canarias o que ella fuera a Extremadura a verle. El tuitero muestra lo ridículo que resulta tratar de justificar ciertos delitos basándose solo en el hecho de estar enamorado, como si ello supusiera cierto desorden emocional que propiciara mayor probabilidad de cometer estafas.



Imagen nº 117. Portada de *Mongolia*, Nº 12. Mayo de 2013



Fuente: <https://tienda.revistamongolia.com/collections/numeros-atrasados/products/numero-12>

En esta portada de la revista *Mongolia* vemos quizá uno de los ataques más duros y descalificantes que se han visto contra la Casa Real. Se trata del número 12 de la revista y fue lanzada en mayo de 2013 a raíz de la publicación de los mails privados entre la infanta, Urdangarín y Torres, pero sirve de ejemplo de cómo hacer una crítica escondiéndola lo más posible, aunque el resultado sea evidente. Visto desde lejos, se ve la foto de Cristina y en letras grandes el titular “Hija de Puta”. Sin embargo, los dibujantes de la revista juegan a que en realidad no dicen eso, sino que, tras ese primer impacto, el lector descubre que en pequeño también hay letras que completarían la frase como “hija de los reyes de España imputada”. Se trata de un efecto óptico para confundir en un primer momento al espectador, ya que una portada así de ofensiva contra un miembro de la Corona sería rápidamente secuestrada y sus autores imputados. Sin embargo, fieles a su estilo transgresor, punk y agresivo, los dibujantes juegan

con el tamaño de las letras para expresar lo que realmente piensan sobre la infanta y lo que la libertad de expresión les permite decir. Todo el mundo entiende cuál es su opinión, pero con este ingenioso juego consiguen librarse de una sanción hacia la revista. Sin duda, una brillante manera de manejarse a través de la ley que les permite hacer una crítica poco constructiva sobre la infanta y lo que la monarquía representa. El humor en este caso no se encuentra en las palabras en sí, sino en su formato y tamaño, algo que en otros medios sería difícil de conseguir pero que a través de las viñetas o la portada de una revista sí es posible.

En este caso no se trata de una crítica racional que trata de atacar una afirmación o decisión del poder, sino que se usa el ingenio para burlarse y eliminar el status de impunidad en el que se mantenía la Casa Real. La revista *Mongolia* desde sus inicios había manifestado su total confrontación ante instituciones como la Iglesia Católica o la Corona y, sobre todo esta última, habían contado durante las últimas décadas desde la transición con una cierta bula a la hora de recibir críticas por parte de los medios. Sin embargo, portadas como esta demostraron que aquel altar en el que la Corona se sentía invulnerable estaba desapareciendo y diversos medios satíricos se atrevían a atacarla con toda la ferocidad que la libertad de expresión podía permitir. La creatividad de los editores de la revista *Mongolia* incluso permitió llevar más allá dicho derecho denigrando e insultando a la infanta sin miedo a ser condenados. Se puede comprobar aquí que esta estrategia es eficaz como herramienta para criticar afirmaciones y decisiones del poder, pero también como burla para eliminar los status de privilegio de ciertas instituciones y personalidades. La

sátira ayudo en este periodo a cambiar la imagen y la percepción de la Corona de muchos españoles haciendo que su papel sea mucho más cuestionado.

#### **3.4.16 El desempleo desciende en 117.985 personas, la mayor caída de la historia en mayo<sup>80</sup>**

Esta última fecha analizamos una circunstancia diferente ya que se trata de una caída del paro, una buena noticia para ver cómo funciona la sátira cuando no es posible atacar una situación en sí misma. También veremos que en 2015 ya empieza a ganar bastante terreno la sátira de derechas, esto es, quienes defienden posiciones cercanas al poder, en este caso un gobierno del PP, y utilizan el humor para criticar a los que critican sin sentido, una especie de “quinta columna” del contrapoder como *@frayjosepho*, *@joshpastr* o *@philamellows*.

El contexto durante 2015 fue bastante diferente al del resto de la legislatura. Se trataba del último año y habría elecciones en los últimos meses. Como ya hemos mencionado, la irrupción de Podemos había dado un gran vuelco al clásico bipartidismo, pero a esto habría que sumarle el salto de Ciudadanos a nivel nacional, buscando el voto joven de centro derecha. Si Pablo Iglesias le había quitado una gran cantidad de votos al PSOE, Albert Rivera se los trataba de robar al PP.

En este caso no hemos elegido una fecha concreta, sino un periodo más amplio, ya que, aunque se encontraba en aumento, la sátira conservadora seguía muy lejos de la progresista. Para esta situación hemos recogido chistes satíricos de la primera mitad de 2015, cuando la economía parecía empezar a salir de la crisis a buen ritmo, pero todavía con mucho camino por recorrer. Es

---

<sup>80</sup>02/06/2015 [abc.es/economia/20150602/abci-paro-mayo-empleo-201506020852.html](http://abc.es/economia/20150602/abci-paro-mayo-empleo-201506020852.html)

precisamente esa confrontación entre celebrar los buenos datos de aumento del empleo frente a los malos datos de gente todavía en paro los que protagonizaron el debate mediático del momento.

**Imagen nº 118. Tuit de @Arezno, 02/06/2015**



Pero no solo se criticaba que se celebraran las bajadas de paro cuando seguía en datos superiores al 20%, sino que los propios trabajos creados eran de baja calidad, mal pagados y con gran temporalidad.

**Imagen nº 119. Tuit de @Mortimer\_Fu, 02/06/2015**



De hecho, algunos también apuntaron a que la crisis podía ser producto de una organización empresarial con el objetivo de que creando tanto paro bajaran

los salarios y aumentarán los beneficios de la patronal. En este caso vemos una analogía entre crear empleo con esclavitud y control demográfico con legalizar el asesinato.

**Imagen nº 120. Tuit de @ForbesFlauta, 02/06/2015**



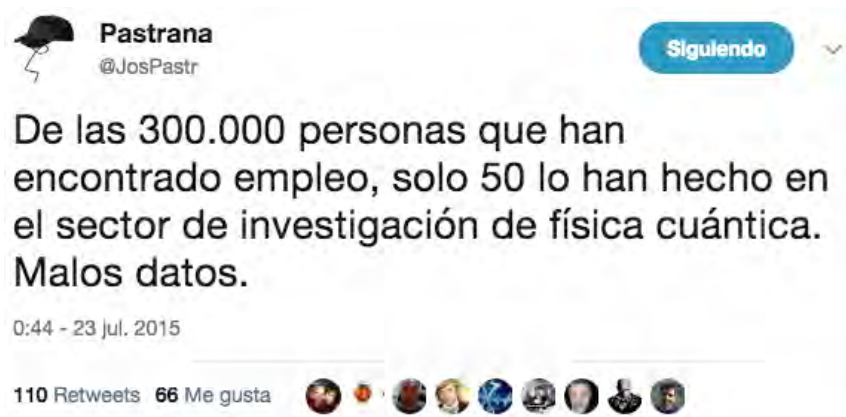
A todo esto, le acompaña la polémica más recurrente de la legislatura del PP, la corrupción, ya que seguían apareciendo nuevos casos continuamente, aparte del hecho de la presunta destrucción de pruebas que podría haberle realizado en la sede del partido.

**Imagen nº 121. Tuit de @FrayJosepho, 26/07/2015**



Sin embargo, la sátira de derechas comenzó a actuar de contrapoder frente al de la izquierda, criticando a los que criticaban las buenas noticias relacionadas con el paro. En este caso, se muestra la contradicción entre quienes defienden que es mejor ser pobre que tener un trabajo precario.

**Imagen nº 122. Tuit de @JosPastr, 23/07/2015**



Aquí vemos otra ironía, se critica a los que pensaban que salir de la crisis significaría grandes puestos y salarios para todos, aunque no tuvieran formación o estudios suficientes, como si fuera obligación del gobierno que todo el mundo fuera listo y guapo.

**Imagen nº 123. Tuit de @PhilAMellows, 01/08/2015**



Otro de los puntos más criticados por la sátira conservadora hace referencia a la brecha entre pobreza relativa y pobreza absoluta. España durante la crisis tuvo un gran problema de pobreza relativa, ya que aumentó mucho la desigualdad entre los ciudadanos (Estévez y Sánchez, 2017), pero no de pobreza absoluta, ya que ser pobre en España seguía siendo tener mayor nivel de vida que en la mayoría de países del mundo. Frente a esta incoherencia, se hace mención al caso de que España es tan rica, que incluso los que se sienten pobres por no tener trabajo o los que sí lo tienen pero es precario, pueden llegar a permitirse móviles u objetos caros que en la mayoría de países del mundo solo tienen los más ricos.

#### **3.4.17 Evolución intención de voto**

Una vez estudiada la respuesta de la sátira a las decisiones y afirmaciones del gobierno de Rajoy durante la segunda mitad de la legislatura, vamos a analizar cómo fue evolucionando la intención de voto en este periodo. La segunda mitad de la legislatura arrancó con una nueva polémica, la aprobación en el último Consejo de Ministros del año de la nueva ley del aborto promovida por Alberto Ruiz Gallardón, Ministro de Justicia en aquel momento. Es precisamente en 2014 cuando surge uno de los hitos políticos que vendría a acabar con el bipartidismo: Podemos. En enero se inicia como organización y se presenta a las elecciones europeas de mayo contradiciendo todas las estimaciones previas. Debuta con un 8% de votos a costa del resto de partidos tradicionales. Frente al CIS de abril, el PP cae seis puntos, el PSOE tres, IU uno y UPyD dos<sup>81</sup> Se trataba de las primeras elecciones desde el inicio de la

---

<sup>81</sup> Datos sacados de [www.resultados.elpais.com/elecciones/2014/europeas](http://www.resultados.elpais.com/elecciones/2014/europeas). Consultado en



legislatura de Rajoy en 2011 y se materializaba el desapego y frustración de la población ante un gobierno y una oposición que no encontraban solución a los problemas del país ya que, a pesar de que la economía empezaba a recuperarse, el paro se situaba en el 25% (Datosmacro, 2014) y salían a la luz nuevos casos de corrupción casi cada semana.

El ascenso de Podemos fue muy rápido y en octubre su intención de voto subió hasta el 22,5%, apenas un punto menos que el PSOE, que seguía en caída libre hablándose ya de *sorpasso* en la izquierda española tras décadas de bipartidismo (Díez, 2014). Esta irrupción también hirió duramente al PP, que se situaba en una estimación del 27,5%, diecisiete puntos menos que en las elecciones de 2011. Por otra parte, la ciudadanía dirigió parte de sus ganas de cambio a Podemos, lo que hizo que tanto IU como UPyD perdieran un gran número de apoyos y redujeran su intención de voto hasta el 5% cada uno<sup>82</sup>.

Según Lluís Orriols (2014), era de esperar que el PP tuviera unos malos resultados, ya que los gobiernos nacionales tienden a ser castigados en las elecciones europeas. En el caso de España el partido gobernante suele retroceder, de media, algo más de tres puntos porcentuales con respecto a las últimas elecciones. Sin embargo, esto apenas explicaría la debacle del PP que se dejó en los comicios europeos un total de 18 puntos desde 2011. Por otro lado, Orriols considera que dicho desgaste del gobierno no lo pudo fiscalizar el PSOE debido a su incapacidad para “desprenderse de su imagen de corresponsable de la penosa crisis del país”.

---

septiembre de 2019.

<sup>82</sup> Datos sacados de [elpais.com/politica/2014/11/05/actualidad/1415183511\\_675346.html](http://elpais.com/politica/2014/11/05/actualidad/1415183511_675346.html). Consultado en septiembre de 2019.



La aparición de Podemos supuso un hito en la historia de la política española al conseguir quebrar un bipartidismo que había monopolizado el poder durante décadas, en periodos incluso de crisis económicas y sociales más agudas. Es, sin embargo, en este momento, cuando finalmente una formación consigue postularse como oposición firme frente al gobierno, por lo que cabe entender que gran parte de que fuera posible esa irrupción en ese momento y no en otras crisis es debido a la gran capacidad mediática que dieron los nuevos medios al partido morado.

Podemos tuvo una gran capacidad para conectar con los más frustrados y golpeados por la crisis, en su mayoría jóvenes sin empleo ni expectativas, pero con gran interacción mediática a través de las redes. Pero además del medio, también cambió la forma de comunicarse con los ciudadanos, ya que incluyó conceptos, ideas y temas de debate que conectaban mejor con la población para mostrarse más cercano que los tradicionales y conseguir empatizar con muchos votantes frustrados con el bipartidismo de las últimas décadas.

Ignacio Urquizu (2014) considera que el éxito de Podemos no se debe exclusivamente a sus numerosas apariciones televisivas o a sus propuestas rupturistas, ya que tertulianos de los dos grandes partidos tienen mucha mayor presencia en dichos debates y las promesas políticas, humildes o ambiciosas, han perdido en España mucha de su credibilidad. Urquizu señala que el acierto de la formación morada es haber conectado a nivel emocional con el estado de ánimo de los ciudadanos españoles. Como hemos visto en otros apartados de este estudio, el profesor apunta a que España se ha vertebrado en los últimos años en dos ejes: ciudadanía-élite y nuevo-viejo. Acontecimientos como las *tarjetas Black* de Caja Madrid o la brecha digital entre distintas generaciones han

permitido a Podemos presentarse como “ciudadanos nuevos” frente a la “élite vieja”. *“No se trata, por lo tanto, de un discurso anti-política, sino que han sabido ubicarse en los debates que vertebran el estado de ánimo de los españoles. Han logrado conectar con los sentimientos de los ciudadanos, algo que no es fácil en política”*. Por último, Urquizu (2014) concluye que Podemos es una formación populista, ya que *“su relato coincide con lo que opina la mayoría social, por eso criticarles acaba siendo contraproducente, se puede asociar una crítica a esta formación política con una crítica a la ciudadanía”*. El profesor considera que dar la razón a la gente todo el rato y decirles lo que quieren escuchar no es lo mismo que el liderazgo y que eso no va a hacer que se recupere la confianza en la clase política.

La irrupción de Podemos en las elecciones europeas de 2014 provocó una fuerte caída en votos del PSOE y la dimisión del entonces líder, Alfredo Pérez Rubalcaba, sustituido mediante congreso extraordinario por Pedro Sánchez, más joven y con un perfil más cercano a las formas de Podemos, tendiendo puentes entre ambas formaciones de centro izquierda y adoptando tesis y críticas de la formación de Pablo Iglesias.

La situación política seguía en estado de efervescencia tras la llegada de Podemos, por lo que ambas acciones influyeron en la evolución de voto. Entre julio de 2014 y enero de 2015 el PP perdió casi 3 puntos quedándose en el 27%, mientras que el PSOE recuperó algo tras la hecatombe de las europeas hasta situarse en el 22% (Amade y Barriocanal, 2015). Las grandes polémicas que sacudieron los meses finales de 2014 (las tarjetas Black, el ébola, el conflicto catalán y la detención de Francisco Granados) hicieron de Podemos el gran beneficiado, llegando hasta el 24% en intención de voto a inicios de 2015. El

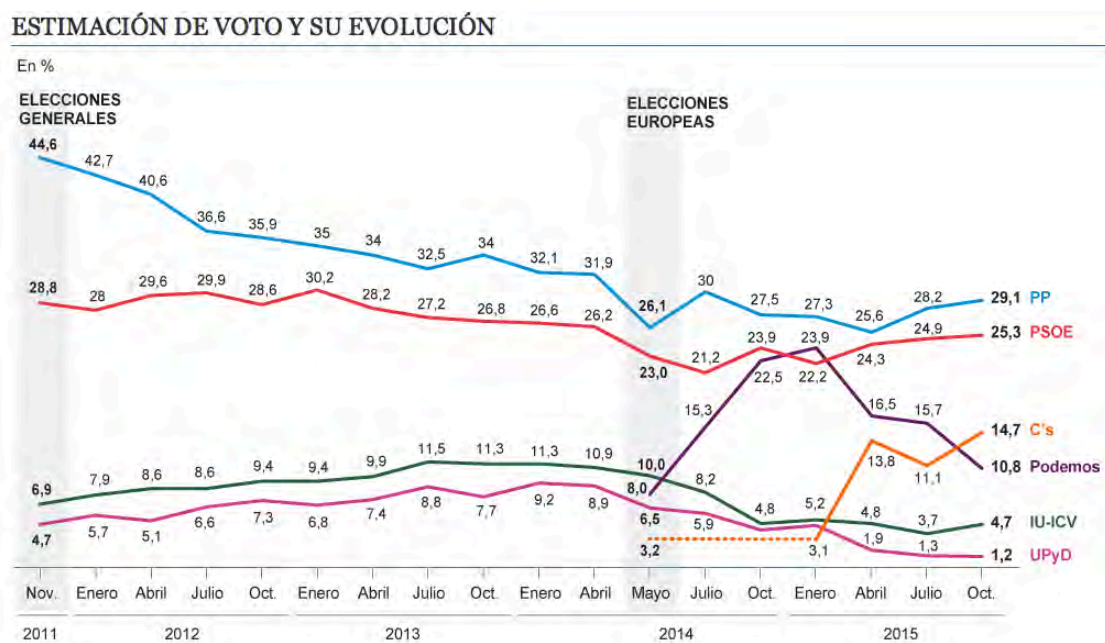
caso de Caja Madrid sirvió como claro ejemplo de lo que Pablo Iglesias denunciaba, ya que en su Consejo de Administración había consejeros de la mayoría de partidos y sindicatos tradicionales, por lo que se reforzaría la idea original de la formación morada de que el problema de España no estaba entre la dualidad izquierda-derecha, sino en la de arriba-abajo, ya que muchos políticos y partidos de izquierda habían aceptado el juego establecido por lo que ellos consideraban el “establishment”, dejando a la ciudadanía huérfana de un contrapoder efectivo.

2015 fue un año con elecciones municipales, autonómicas y generales y en el que el panorama político volvió a cambiar considerablemente. A la aparición de Podemos hubo que sumar el salto de Ciudadanos a la política nacional, peleando por parte del mismo espectro de voto de centro derecha del PP, condenando los innumerables casos de corrupción de estos y buscando conectar con un votante más joven. También cabe señalar la mejora de la crisis económica con una importante recuperación de empleo y PIB, por lo que el equilibrio de fuerzas varió bastante. El PP se mantuvo todo el año entre el 25% y el 30% en las encuestas, consiguiendo en las elecciones de diciembre ser el partido más votado con el 28%, 16 puntos menos que en las elecciones de 2011 (Garea, 2015). Esa caída la aprovechó Ciudadanos casi en su totalidad, consiguiendo un 14% de los votos en apenas doce meses desde su salto a nivel nacional. El castigo al PP no se convirtió en una crítica a las políticas de derechas sino a la corrupción, ya que, sumando las estimaciones de ambos partidos, seguían dando datos similares a los de inicio de legislatura.

En el bloque de la izquierda pasó algo parecido, del 36% de votos que obtuvo en 2011 sumando a PSOE e IU, 29 y 7 respectivamente, se pasó al 42% de

PSOE y Podemos-IU, con 22 y 20 respectivamente. Por lo tanto, podemos ver que, a pesar de la conflictividad social y mediática durante toda la legislatura, los bloques derecha-izquierda se movieron apenas un 5%. Ese espacio sería el que ocupaba UPyD, autodefinido como “centro” pero que no sobrevivió a la irrupción de los dos nuevos partidos y no consiguió escaño alguno en 2015<sup>83</sup>.

**Gráfico nº 2: Estimación de voto y su evolución, 05/11/2015.**



Fuente: [elmundo.es/grafico/espana/2015/11/05/563b4b60268e3ed6198b45bf.html](http://elmundo.es/grafico/espana/2015/11/05/563b4b60268e3ed6198b45bf.html)

Como resumen de la legislatura podemos afirmar que las elecciones de 2015 dieron un empate técnico entre ambos bloques, pero con dos partidos en cada lado en vez de uno. La sátira atacó duramente al gobierno de Rajoy por muchos frentes y sobre todo desde posiciones de izquierda. Sin embargo, no hubo un traspaso de votantes entre bloques, sino que se mantuvieron respecto a las elecciones de 2011 sumando al de izquierdas los votos de UPyD. Es por ello que

<sup>83</sup> Datos sacados de [https://elpais.com/politica/2015/12/20/actualidad/1450627692\\_212116.html](https://elpais.com/politica/2015/12/20/actualidad/1450627692_212116.html) Consultado en septiembre de 2019.

el humor político consiguió ayudar a que se creara un contexto negativo en torno al PP, pero, a su vez, también contra el PSOE y en general los partidos tradicionales. El efecto de dicho activismo satírico más que provocar un flujo de votos entre bloques ayudó a crear un entorno con nuevas formaciones, nuevos líderes y nuevas formas de comunicar más acordes a la revolución tecnológica del momento.

### **3.5 La sátira como contrapoder, ¿efectos en la clase política y en el electorado?**

Para tratar de entender el impacto de la sátira durante este periodo a nivel electoral hemos consultado a varios cómicos. En general hay ciertas discrepancias sobre el valor real y si sirvió de manera eficiente para confrontar al gobierno, ya que como señala Herrero<sup>84</sup>, Rajoy siguió gobernando la legislatura siguiente aunque finalmente fuera expulsado mediante una moción de censura en 2018. Por otro lado, Navarro<sup>85</sup> considera que la sátira durante dicho periodo confrontó al gobierno “*con más credibilidad que el PSOE. En ocasiones vimos a los políticos utilizando argumentos de El Intermedio, de la Voz de Iñaki, de Mongolia...*”. Dicha credibilidad hizo que muchos de estos programas, revistas y tuiteros alcanzaran una mayor popularidad durante la legislatura y se convirtieran en referentes a la hora de confrontar al gobierno de manera más potente que la oposición.

Mucho más crítico con el papel de la oposición durante estos años se muestra Durán<sup>86</sup>, quien señala que la sátira atacó más eficazmente que “*el PSOE, la*

---

<sup>84</sup> Entrevista realizada a Enrique Herrero vía correo electrónico el 02/03/2017

<sup>85</sup> Entrevista realizada a Raúl Navarro vía correo electrónico el 02/03/2017

<sup>86</sup> Entrevista realizada a Javier Durán vía correo electrónico el 02/03/2017

*prensa nacional, las televisiones y el resto de partidos de la oposición. Creo que ha sido su única confrontación seria en España (junto con algún medio independiente de comunicación)*". Como vemos, las críticas hacia los partidos tradicionales se trasladan también hacia muchos medios de comunicación que han convivido durante décadas con ellos y a los que se les hace cómplices de los pecados del bipartidismo. Este aspecto lo comparte también el tuitero *Norcoreano*<sup>87</sup>, ya que señala que un ejemplo claro del poder de las redes sociales fue el movimiento 15M en España, en donde a través de Twitter y otras plataformas se consiguió una gran difusión mediática hasta ese momento desconocida en España ajena a los grandes medios tradicionales. En general la mayoría coinciden en el importante impacto de la sátira frente al poder, pero añadiendo el imprescindible papel de las nuevas plataformas digitales a la hora de difundir dicha crítica humorística y la complementación de ambos.

La capacidad de la sátira política para ejercer como contrapoder en España, genera dudas entre los cómicos profesionales del sector. La mayoría de los que hemos entrevistado consideran que ha ejercido y ejerce un control y crítica frontal al gobierno, en especial en unos años tan agitados políticamente como la primera legislatura de Rajoy. Navarro, quien trabajó durante varios años en *El Intermedio*, afirma que el programa ejerció un gran contrapoder por el hecho de llegar a un público mayoritario<sup>88</sup>. Como ya hemos visto, creció mucho en audiencia a partir de 2011 con la llegada de Rajoy a la Moncloa hasta casi doblar sus cifras iniciales. Según comenta Navarro, que el programa pudiera ejercer esta función se debió a contar cada noche con dos o tres millones de espectadores. En términos electorales, dicha audiencia trasladada a votantes sin

---

<sup>87</sup> Entrevista realizada a *Norcoreano* vía correo electrónico el 03/09/2018

<sup>88</sup> Entrevista realizada a Raúl Navarro vía correo electrónico el 02/03/2017

duda tendría un efecto muy importante. Otra forma de verlo sería interpretar dicho efecto al revés, que *El Intermedio* se convirtió en un programa de contrapoder porque había una audiencia que reclamaba ese mensaje crítico con el gobierno. Si su número de espectadores creció fue por la llegada al ejecutivo de un partido conservador, objetivo tradicional de la sátira política. *El Intermedio* alcanzó dichas cuotas de popularidad debido a las continuas polémicas del gobierno y la sensación de la ciudadanía de que la oposición no estaba ejerciendo el papel que le correspondía. Por ello, el hecho de que se convirtiera en un programa de referencia no solo se debió a que alcanzó a un público mayoritario, sino que las propias circunstancias hicieron que la sociedad demandara dicho tipo de contenidos.

La mayoría de expertos consultados afirman que la sátira es un contrapoder en sí, pero Durán considera que no debería ser la única en hacerlo:

*Desafortunadamente no tiene otro remedio, porque el resto de contrapoderes no ejercen su función por presiones políticas y sobre todo económicas. Creo que la sátira ha asumido esa función básicamente por la dejadez del resto de contrapoderes, aunque no creo que eso le beneficie. Un gran contrapoder supone una gran responsabilidad<sup>89</sup>.*

Este entrevistado señala que, aunque la sátira haya tenido que ocupar dicho espacio, es una responsabilidad demasiado grande para los medios o agentes sociales que la practican. En la mayoría de los casos se trata de cómicos cuyo único propósito es hacer reír. Un humorista puede tener una gran formación y estar al día de la actualidad política, pero el tema no es imprescindible para

---

<sup>89</sup> Entrevista realizada a Javier Durán vía correo electrónico el 02/03/2017

ejercer su profesión e incluso es probable que le aburra. El verdadero contrapoder ha de ser el periodismo, ya que son profesionales con una gran formación y con la capacidad de saber qué preguntar, qué investigar y que comunicar con datos contrastados. Un cómico puede tener dicha capacidad, pero no es inherente a su profesión. Al humorista se le exige que su trabajo genere hilaridad, la parte política es un añadido que puede requerirse o no. Sin duda, en un programa como *El Intermedio* o *Late Motiv* a los guionistas se les pide que estén al día de la actualidad, pero esa profundidad de conocimiento rara vez llega al nivel de los auténticos especialistas del periodismo. Sería excepcional que un guionista fuera capaz de entender y replicar en una rueda de prensa al Ministro de Hacienda sobre los Presupuestos Generales del Estado de la forma en la que lo haría un periodista especializado en el tema.

El contrapoder nace en el mismo momento en el que una afirmación de un político es cuestionada o criticada. Sin ese paso, resulta imposible que al cómico le llegue ningún tipo de material con el que elaborar la sátira. El propio cómico necesita que alguien le explique primero esa información y le señale por qué está bien o está mal la decisión del poder para tener luego la capacidad de explicarla y criticarla mediante el humor. Si el periodismo falla y no es capaz de ejercer de control sobre el poder, la sátira probablemente tenga que trabajar a ciegas, sin saber sobre qué temas hablar y pasando por alto decisiones o afirmaciones que requerirían de réplica. Según señala Durán, el problema no sería si la sátira es buena o es mala o si ejerce de contrapoder, sino si el periodismo le hace llegar todas las informaciones necesarias sobre las que trabajar. Si en las reuniones de guionistas en las que se decide qué entra en el programa y cómo se van a desarrollar los temas, hay noticias que no se tratan debido a que la cadena no



quiere hacerlo o nadie entiende lo que suponen realmente, es imposible que durante el programa se pueda ofrecer al espectador un producto de contrapoder efectivo. Cabe señalar que las críticas a los partidos tradicionales durante el periodo de crisis también llegaron a los medios de comunicación tradicionales, a los que se acusó de connivencia con el poder, falta de confrontación y escasa empatía por los más afectados.

En un programa referencia de la sátira en España en los últimos años como es *El Intermedio*, el número de redactores o periodistas es casi el mismo que el de guionistas para que toda información y posición sobre la que se desarrolle esa sátira esté perfectamente sustentada. Estos redactores y periodistas son los encargados de generar los contenidos sobre los que se desarrollará después la comedia. Su trabajo comienza horas antes de que lleguen los guionistas y su labor consiste en ver y leer todas las noticias, informaciones y declaraciones de la actualidad. Con ese material, elaboran las tesis sobre las que discurrirá después la línea editorial del programa. En general, a los guionistas suele gustarles poco dicho trabajo, ya que es más farragoso y menos creativo y suelen estar menos interesados en esas cuestiones. El redactor genera un contenido basado en la posición del programa sobre un determinado tema y elabora la escaleta, el documento en donde se detalla el orden y duración de las diferentes secciones y videos del programa. Con esa escaleta ya establecida (3-4 páginas aprox.) el guionista es el encargado de transmitirlo de la forma más entendible, estética y divertida posible elaborando el guion (20-30 páginas aprox.). En él se incluyen todos los textos que van a decir los presentadores. Por lo tanto, el redactor decide sobre qué se habla y el guionista elige cómo se habla. El redactor sin el guionista ofrecería una información más plana y periodística, quizá menos

interesante. Pero el guionista sin el redactor escribiría a ciegas, ya que no sabría sobre qué temas tratar ni la realidad de las noticias. En general, el periodista se encarga de la parte de *info* y el guionista de la del *show*. Habitualmente este es el modo de proceder de los *infoshows* de televisión, en los que se manejan presupuestos y audiencias normalmente altas y los equipos de redacción y guion pueden llegar a sumar veinte o treinta profesionales, aunque existen formatos de menos presupuesto. Sin embargo, evidentemente se puede realizar sátira de calidad sin estos medios. Tanto en las revistas como en Twitter se suele trabajar la sátira de manera casi individual, por lo que depende de cada uno la responsabilidad de estar debidamente informado y actualizado sobre los temas que debe tratar.

Como hemos visto, durante la primera legislatura de Rajoy ha habido una importante caída en estimación de voto de los dos principales partidos del congreso a la vez que un aumento en la cantidad y calidad de la sátira en España. Sobre este tema, los profesionales entrevistados consideran que un chiste por sí mismo no tiene poder para influir en el votante, aunque puede ayudar a generar un contexto positivo o negativo en torno a un partido o político. La mayoría de cómicos afirman que cuando escriben un chiste satírico en lo primero que piensan es en que sea gracioso. *“Si no hace reír no funciona ni como chiste ni como sátira, es simplemente una crítica”*, señala Durán<sup>90</sup>. Chisleanschi, por su parte, considera que tanto la risa como el mensaje han de estar en un perfecto equilibrio en el chiste, ya que

*“La risa fácil no hará pensar al receptor sobre la situación que se denuncia y la denuncia descarnada, posiblemente, no consiga la*

---

<sup>90</sup> Entrevista realizada a Javier Durán vía correo electrónico el 02/03/2017

*risa, por lo que el mensaje llegará peor. La persuasión perfecta es inocular la idea a través de la risa*<sup>91</sup>.

Como vemos, en general los cómicos buscan que el chiste funcione, ya que sin eso todo lo que va detrás quedaría suspendido y su trabajo sin hacer. El objetivo principal es la risa, sin ella los distintos niveles en los que se mueve el mensaje político y su efecto persuasorio quedarían inutilizados. Aunque el resultado principal esperado sea conseguir el humor, eso no implica que el efecto no se produzca, si no que el creador de contenido satírico da prioridad a que el proceso cómico se complete satisfactoriamente, aunque la parte persuasiva quede reducida, ya que sin la primera la segunda no serviría o sería incluso contraproducente. En general, la mayoría de cómicos han afirmado que se consideran a sí mismos mucho mejores “haciendo reír”, como señala Navarro, que “haciendo cambiar de opinión a alguien”.

También hemos consultado a los expertos en comedia sobre una de nuestras preguntas de investigación: si beneficiaría electoralmente a un político tener conocimientos sobre herramientas de humor. En general, ha habido cierto malentendido con la pregunta, ya que varios han respondido refiriéndose a aspectos como el sentido del humor o considerando que la comedia fuera la única herramienta comunicativa del político. Algunos han señalado que el dominio del humor debería ayudar a mejorar electoralmente a los políticos, teniendo en cuenta que aporta al candidato puntos a favor como el ingenio, la creatividad o la demostración de una actitud constructiva frente a los problemas. Sin embargo, casi todos señalan que el humor no es determinante para llegar al

---

<sup>91</sup> Entrevista realizada a Tatiana Chisleanschi vía correo electrónico el 02/03/2017

poder y que tampoco debería ser la tendencia dentro del debate político, ya que convertirlo en el centro comunicativo restaría credibilidad al candidato.

Esto no necesariamente debería ser así, ya que los recursos humorísticos bien utilizados se adaptan a los distintos tipos de situaciones. De hecho, uno de los beneficios de su uso es mostrar la capacidad del emisor a la hora de dar respuestas rápidas ante problemas improvisados. El humor funciona mejor en escenarios de menor gravedad, en la política del día a día en la que hay que discutir sobre aspectos cotidianos de no mucha importancia. Puede ayudar a relajar el tono del debate y a hacerlo más constructivo. Sin duda, un abuso de dicha comicidad o uso a destiempo sería contraproducente y considerado como una falta de respeto al igual que en otros entornos como el laboral o el personal.

Una de las premisas más básicas del humor es la de no cansar, no aburrir por exceso, tener la capacidad de saber cuándo usarlo y cuándo no. En las series de ficción esta premisa se ve reflejada por la norma “entrar tarde y salir temprano”, que se refiere a que ha de saber retirarse a tiempo para dejar al espectador con ganas de más. Por otro lado, otro de los posibles errores dentro del uso de la comedia en el entorno político sería el de hacer prevalecer el chiste por encima de la argumentación. Es la comedia la que está al servicio de la comunicación y no al revés. Si, en un hipotético caso, en un debate parlamentario sobre la localización de un nuevo centro sanitario uno de los ponentes empezara a hacer chistes sobre la comida de los hospitales o que la televisión vaya por monedas probablemente no haría otra cosa que entorpecer y conseguir tanto el rechazo del resto de parlamentarios como de los votantes.

El humor ha de servir para mostrar de manera más nítida los aspectos relevantes de una argumentación, no para buscar necesariamente la hilaridad

entre el público. Se pueden utilizar recursos cómicos con gran ingenio dentro de un debate serio y desmontar determinadas tesis contrarias consiguiendo que todo el mundo lo entienda sin la necesidad de que nadie haga el menor ademán de sonrisa. Sin duda, se trata de un equilibrio muy complicado que requiere de un gran trabajo previo y entrenamiento, por lo que la mayoría de políticos naufragan cuando tratan de hacerlo, sobre todo si les toca improvisar y no disponen de una argumentación cerrada y estudiada. En general la comedia y los cómicos han conseguido hablar sobre casi todos los temas y de casi todas las formas a lo largo de su historia, por lo que solo se trata de calibrar el punto adecuado en el tono a la hora de elegir el tono y las palabras.

En cuanto al propio lenguaje en el que se expresan, varios de los entrevistados encuentran en el concepto de “crítica” un punto intermedio entre generar humor y persuasión con el que se sienten más identificados a la hora de crear contenido satírico a un nivel superior del meramente cómico. El propio acto de criticar algo conlleva un ejercicio de persuasión sobre el receptor y parece que con ese concepto los humoristas se sienten más cómodos, ya que criticar algo es una forma bastante natural de hacer chistes. A su vez, incluir humor en una crítica mediante herramientas como la ironía ayuda bastante en su capacidad para generar empatía con el emisor y mejorar la persuasión.

Al analizar la efectividad de la sátira a la hora de convencer ideológicamente, encontramos con una gran disparidad de respuestas. Algunos consideran que la sátira es incapaz de persuadir a nadie. Otros, que es una herramienta poderosísima y los hay incluso que, admitiendo su gran poder, consideran que es un arma de doble filo cuyo resultado es imprevisible y puede acarrear consecuencias tangencialmente opuestas a las inicialmente pretendidas.

Navarro<sup>92</sup> pone como ejemplo el caso del presidente de EEUU Donald Trump, “*se utilizó la sátira para anular su candidatura y acabó consiguiendo el efecto contrario*”. Trump llegó al poder a pesar de una gran campaña mediática en su contra, con muchos cómicos y presentadores de programas de humor (como Jimmy Fallon o Stephen Colbert) dedicándole monólogos y secciones enteras cada noche, muchos de ellos de un gran ingenio y con una brillante mezcla de comedia y persuasión. Sin embargo, y sin entrar a analizar dichas elecciones como hemos hecho con las españolas, cabe destacar que no toda la población ve estos programas y que, por tanto, esa persuasión ideológica no llega a todo el mundo. De hecho, cadenas de televisión proclives a la candidatura de Trump como Fox o las llamadas “Fake News” (noticias manipuladas con datos falsos a través de redes sociales) tuvieron también un gran efecto a la hora de convencer a los votantes en una dirección o en otra. Si bien podemos concluir que el humor no fue un arma definitoria capaz de inclinar la balanza en contra de Trump, cabe pensar que, de no ser por la sátira, muchas falsas afirmaciones del entonces candidato republicano no habrían encontrado oposición, lo que probablemente habría deparado en una victoria mucho más holgada de la conseguida frente a Hillary Clinton.

También resulta interesante la opinión de Durán sobre la capacidad persuasiva de la sátira, quien afirma que “*todo en la vida es más asumible con sentido del humor, incluso la ideología*”. Sin embargo, añade que “*la persuasión depende del receptor, no del emisor de esa sátira*”. Encontramos aquí otra posible contradicción, ya que la persuasión implica que tiene que haber un emisor con intención de persuadir, por lo que no depende exclusivamente del

---

<sup>92</sup> Entrevista realizada a Raúl Navarro vía correo electrónico el 02/03/2017

receptor. Durán entiende que el humor suaviza el debate ideológico y lo hace más “asumible”. Sin embargo, considera que es únicamente el receptor quien elige ser persuadido o no. En realidad, este puede consumir dicha sátira o no, poner un canal donde se emite humor y se habla de política o poner otro donde hay un concurso de cocina. Pero una vez que el consumidor entra en dicho debate y escucha las posiciones políticas de alguien, bien mezcladas con humor o sin él, entran en juego muchos factores que harán que cambie de opinión o la mantenga, en función de si dichos mensajes consiguen convencerle. Por lo tanto, no podemos considerar que la persuasión dependa exclusivamente del receptor, aunque vemos que muchos humoristas consideran que su labor concluye cuando este se ha reído o no con el chiste, sin comprender el efecto persuasivo, quizá involuntario, que hay detrás y que puede llevarle a cambiar de opinión sobre un determinado tema.

Herrero, por su parte, considera, también en la línea del arma de doble filo, que el humor *“tiene una capacidad limitada que en la mayoría de los casos como mucho puede calar en algún indeciso y movilizar a algún desilusionado (que no es poco)”*<sup>93</sup>. Además, añade otro aspecto esencial en la comunicación y es la capacidad de empatía con el emisor, *“si el político parodiado sabe jugar bien sus cartas ante una burla puede servir para humanizarle frente a sus adversarios ideológicos bajo la absurda premisa de “si no es tan malo, se le ve simpaticuete...”*. Puede que aquí encontremos otra de las claves que consiguió aupar a ciertos políticos o plataformas como Trump o el Brexit que en principio contaban con un frontal rechazo de los medios y que terminaron triunfando. En ambos casos fueron confrontados mediante la sátira muchas de las afirmaciones

---

<sup>93</sup> Entrevista realizada a Enrique Herrero vía correo electrónico el 02/03/2017

que dichos bandos lanzaban en sus campañas. Sin embargo, como ya hemos señalado anteriormente, el humor es una estrategia compleja que no debe usarse a la ligera ya que, si bien es muy eficaz para confrontar determinados enunciados, un uso arrogante de ella puede acarrear un efecto contrario. Funciona muy bien de abajo a arriba y de lo injusto a lo justo, pero si el emisor se autoimpone en una posición de superioridad intelectual haciendo gala de soberbia y usando el sarcasmo (ironía con burla y crueldad) puede generar un efecto rechazo entre los votantes que, posiciones como las de Trump o el Brexit, consideradas por muchos como populistas, han conseguido aprovechar con un lenguaje más sencillo y directo, fácilmente entendible por la población y mucho más cercano.

A este aspecto ya se refirió Iñigo Errejón en el prólogo del libro *La superioridad moral de la izquierda* (Sánchez Cuenca, 2018) en el que encontraba que uno de los problemas para criticar estos posicionamientos populistas de derechas era que *“la izquierda, precisamente por sentirse portadora de ideales universales y moralmente superiores, a menudo da la verdad por constituida, de manera que la tarea de la política revolucionaria sería proclamarla o revelarla”*. También cita la *“grandilocuencia y, a veces, soberbia”* de las fuerzas de izquierda en sus posicionamientos públicos, advirtiendo de la falta de conexión entre esta firmeza en los planteamientos y su traducción real. Esta soberbia se transporta al terreno de la sátira cuando el espectador considera que el cómico está abusando de su capacidad de persuasión o siendo demasiado directo en sus afirmaciones, dando por sentado ciertos aspectos que no tienen por qué serlos para el espectador. Es aquí cuando éste pierde la empatía por dicho cómico y puede decidir dejar de consumir su formato y acercarse a posicionamientos contrarios.



En el uso de la sátira hay que ser muy cuidadoso, incluso cuando se es un cómico de renombre y experiencia, ya que un mal uso, un planteamiento erróneo que implique una posición de superioridad intelectual (aunque los argumentos sean correctos y brillantes) puede generar un efecto contrario, como hemos visto en determinadas ocasiones. La sátira funciona mucho mejor desde una posición de humildad por lo que, aunque no sea real, el cómico que quiera poseer dicha capacidad de persuasión ha de saber conseguir esa empatía, aunque sea de manera puramente teatral, para alcanzar una persuasión efectiva. El posicionamiento inicial ante el espectador es importantísimo antes de proceder a transmitir cualquier tipo de mensaje. El humor no solo ha de ser utilizado como un recurso para refutar ideas, sino también como arma para conseguir el agrado del receptor.

En el aspecto más puramente persuasivo, Chisleanschi considera que la capacidad de la sátira para convencer es muy grande.

*“El humor genera imaginario colectivo, inocular ideas de la mejor forma posible: a través de la risa. Es la forma perfecta para decir lo que no se puede decir, para saltar la censura y la corrección política. Por eso es también peligroso, según en qué dirección se use. Por eso genera tanta controversia, porque es evidente que tiene poder”<sup>94</sup>.*

Esta entrevistada nos acerca a otro aspecto clave, el uso del humor con fines principalmente perversos. La guionista señala su poder, capaz de saltar la censura y la corrección política en tiempos en los que ciertos temas pueden ser vetados. Según ella, a través de la sátira encontramos nuevas vías por las que

---

<sup>94</sup> Entrevista realizada a Tatiana Chisleanschi vía correo electrónico el 02/03/2017

manifestar descontento. Esos nuevos caminos, esas narrativas alternativas son la que trataría de frenar el poder con las leyes como en el caso de la llamada “Ley Mordaza”. El humor sería una estrategia tan poderosa que es necesaria una reforma legislativa que impida que la protesta política tenga tanto alcance.

Con cada nueva polémica generada a raíz de los límites del humor como las habidas en 2018 con Róber Bodegas (Fcinco, 2018) o Dani Mateo (Gtres, 2018), algunos profesionales han llegado a afirmar que lo que se pretendía era prohibirlo o limitarlo lo más posible para dificultar su capacidad de crítica. Sin embargo, en la era de la comunicación digital parece complicado que eso pueda pasar, ya que la cantidad de mensajes que circulan por minuto es tan alta que resulta imposible controlarlo todo. Si bien es cierto que el número de denuncias por amenazas o insultos en redes ha aumentado, el humor a lo largo de la historia siempre ha encontrado la manera de hablar de temas polémicos o complicados. Muchos requieren un talento y una finura que a veces no son accesibles para todos los cómicos, pero si se busca el camino adecuado y, sobre todo, como ya decíamos antes, el humorista es capaz de dejar su ego a un lado y trabajar con los instrumentos adecuados desde una posición de humildad, es posible criticar cualquier tipo de afirmación o decisión. Es verdad que en la televisión lo que prima es el espectáculo y no siempre comparte intereses con la sátira, pero el cómico cuenta con otros canales donde puede ejercer su crítica de manera humorística. Por ello ha de ser cuidadoso a la hora de desarrollar tanto su personaje público en el negocio televisivo como en redes sociales, para que uno no acabe socavando la credibilidad del otro.

Chisleanschi muestra otra de las posibilidades del humor afirmando que “*por eso es también peligroso, según en qué dirección se use*”. Hasta el momento,

ha funcionado en general de abajo a arriba y de izquierda a derecha. Sin embargo, cabría preguntarse si podría ser al revés, si políticos o cómicos de derechas podrían utilizarlo para atacar ideas de la izquierda. En el mundo actual apenas hemos visto casos así, ya que ni Trump, ni Rajoy ni los políticos del Brexit utilizaron apenas mensajes humorísticos para defender sus posiciones y atacar las contrarias. Sin embargo, en Twitter han ido apareciendo cada vez más usuarios con muchos seguidores que, normalmente de manera anónima, utilizaban estos recursos para refutar afirmaciones rivales. El anonimato en este caso se explica debido a las posiciones “políticamente incorrectas” que defienden. Sin embargo, a pesar de que puedan parecer planteamientos complicados, cuentan con números de interacciones y retuits que las acercan a mensajes lanzados desde cuentas de izquierda. Es por ello que cabe pensar que, aunque sean posiciones complicadas de defender, las fuerzas conservadoras han ido aprendiendo los métodos y son capaces de elaborar una sátira de un nivel parecido al de la izquierda.

Sin embargo, aquí encontramos un problema debido al otro aspecto de la comedia, la empatía por el emisor, ya que es difícil que a ese nivel genere el favor de las grandes masas sin caer en la arrogancia. La modestia es imprescindible y defendiendo posiciones en las que se supone que el emisor es “el de arriba” es complicado llegar a muchos públicos. Por ello, en la actualidad la mayoría de esos tuiteros son anónimos y no conocemos hasta la fecha presentador o cómico en televisión que haga sátira con estos planteamientos.

La mayoría de profesionales consultados coinciden en la capacidad del humor para hacer más atractivo y comprensible el mensaje político, “*es como un espidifén de melocotón, te cura igual pero te lo comes mejor*”, afirmaba Raúl

Navarro<sup>95</sup> usando un chiste para demostrar su propio postulado. Sobre esta cuestión, la mayoría apuntan a que la comedia bien empleada hace más accesible la comunicación pero que ha de ser en su justa medida, ya que un exceso o defecto podría provocar efectos contrarios, bien devaluando el contenido de la información o convirtiéndolo en demasiado complejo si lo que se prima es la hilaridad frente a los datos. Según Chisleanschi:

*“El humor es casi una manera subliminal de inocular mensajes. “Disfrazarlos” de chistes para que entren mejor. La facilidad y la libertad serían los pros. Los contras serían, por un lado, que a veces, por saltarnos la censura o intentar ser ingeniosos, acabemos haciendo el mensaje demasiado complejo y logremos llegar a menos gente de la deseada; que la sátira o la parodia no se entienda y se nos acabe relacionando exactamente con lo que criticábamos; o que, directamente, se nos juzgue y condene por los chistes sin explicar su contexto, su entorno en el que tenían sentido”<sup>96</sup>.*

La guionista da con diversas claves a la hora de entender el éxito o fracaso en la persuasión a través del humor. Para empezar, hay que tener muy claro a quién se habla y a quién se quiere hablar, ya que, debido a la revolución digital ocurrida en los últimos años, el público potencial puede ser mucho mayor del pretendido inicialmente. Cuando se escribe en televisión o en redes en la actualidad hay que tener en cuenta que no solo lo van a consumir los telespectadores habituales o los seguidores en redes sociales, sino que esos propios receptores tienen ahora muchas más opciones para “rebotar” dichos contenidos y que sean vistos por un público para el que no estaban destinados. La mayoría de las polémicas relacionadas con el humor en la actualidad (como

---

<sup>95</sup> Entrevista realizada a Raúl Navarro vía correo electrónico el 02/03/2017

<sup>96</sup> Entrevista realizada a Tatiana Chisleanschi vía correo electrónico el 02/03/2017

las de Rober Bodegas o Dani Mateo, citadas anteriormente) surgen de esta manera y es probable que años atrás no hubiesen sucedido. No es el público para el que estaban destinadas el que se ofende, ya que ese público en general ha aceptado consumir y seguir dicho tipo de comedia. Sin embargo, gracias a las redes sociales, el mensaje es compartido a gente que no ha aceptado esos códigos y no entiende la ficción en la que se han desarrollado, por lo que al estar fuera del contexto en el que fueron emitidos pueden malinterpretarlos y sentirse ofendidos.

En la sociedad actual ofenderse se ha convertido casi en un derecho y son muchos los que siguen o consumen ciertos contenidos y formatos cómicos únicamente esperando que digan algo que pueda ser polémico para generar controversia. Aun así, el cómico ha de saber que su conexión con el espectador no acaba en el momento del chiste y ha de tener en cuenta que puede haber muchas comunicaciones secundarias que, descontextualizadas, cambien su sentido. En el discurso serio y puramente denotativo esto no pasa de esta manera, por lo que vemos que existen diferentes riesgos a la hora de comunicar de manera humorística.

También sacamos de las palabras de Chisleanschi la necesidad del cómico de realizar un trabajo de *set up* (planteamiento inicial del chiste) muy claro y unívoco para que el *gag* sea perfectamente entendible. Aunque en el proceso de creación del humor la parte estrella sea el *punch* final, que es donde la gente se ríe, lleva casi más trabajo construir el entorno en el que se genera el chiste, ya que ese planteamiento ha de ser perfectamente entendible de manera unívoca. Si se prima demasiado la parte final es probable que el chiste sea complicado y no termine de ser efectivo. Pero, además, hay que entender que el receptor no

tiene por qué conocer el mismo contexto en el que se escribe. Es por ello que gran parte del talento creativo ha de ser empleado en la parte puramente informativa del chiste, primero para que luego la resolución sea graciosa y en segundo lugar para que la persuasión ideológica sea efectiva.

En esta misma línea se muestra Durán, quien defiende el poder del humor frente a la seriedad, aunque reconoce que a veces banalice el mensaje:

*“Todos los grandes totalitarismos sociales, políticos, religiosos..., han perseguido el humor conscientes de su gran poder. La risa desarma las defensas, si te ríes de algo es el primer paso para replanteártelo. La parte negativa es que el humor tiende a tomarse como un entretenimiento ligero (muchas veces incluso por los propios humoristas), una forma de desahogo de la sociedad y no un contrapoder ideológico efectivo para luchar contra las injusticias y los abusos”.*

Esta afirmación sobre el uso del humor como respuesta a los totalitarismos ya la hemos constatado en el caso español durante diferentes periodos de represión y falta de libertades (puntos 2.3.1 y 2.3.2). La sátira en España ha vivido periodos de gran brillantez y calidad en momentos de restricción de derechos como las dictaduras de Franco y Primo de Rivera o el reinado absolutista de Fernando VII. A su vez, en dichos periodos de incremento de calidad y cantidad de sátira el poder ha respondido con medidas restrictivas a la libertad de prensa reprimiendo las críticas y el uso del humor como herramienta de resistencia.

Por otra parte, Durán señala aquí también otro de los principales problemas a la hora de utilizar el humor como una estrategia para la persuasión: el poco valor que le dan los propios profesionales más allá de la simple carcajada. Muchos piensan que la comedia banaliza el mensaje y que la crítica social y política es

simplemente un tema más sobre el que generar humor, como las relaciones de pareja o los atascos. Sin duda se puede hacer chistes sobre política totalmente “blancos” o inocentes que no sean satíricos de ninguna manera y hay un gran público que reclama ese humor limpio buscando únicamente entretenimiento sin ninguna reflexión, consumiéndolo como se consume un programa de cocina o musical. También hay cómicos que generan contenidos para públicos que buscan mensajes políticos, pero solo como desahogo, como válvula de escape frente a las frustraciones sociales y personales. Es un humor que trata de curar heridas, pero no de solucionar el problema. Si bien tiene diferentes niveles adaptados al tipo de cómico que lo realiza y orientado al público al que se refiere, nunca debe tomarse a la ligera su capacidad para persuadir y generar imaginario, ya que activa mecanismos mentales que hacen que diferentes mensajes, por vacíos o banales que se pretenda que sean, se introduzcan firmemente en la forma de pensar del ciudadano. El humor ha de tomarse en serio incluso cuando no pretenda ser serio, ya que uno que supuestamente sea blanco podría estar manteniendo o promocionando estereotipos injustos y crueles contra determinados colectivos discriminados, aunque esa no sea su intención.

Analizamos ahora otro de los aspectos importantes a la hora de realizar la sátira: el anonimato. En este aspecto, encontramos varios tipos de fórmulas a la hora de acreditar a sus creadores. En los programas de televisión normalmente escriben los guionistas, el texto es corregido por el productor ejecutivo y luego es interpretado por el cómico. Los nombres de los guionistas y de los productores que generan y corrigen dicho contenido suele ir en los créditos del programa, aunque la mayor parte de la gente, al no llegar nunca a ver sus caras, ni repara

en ellos y, en muchos casos, ignora por completo su existencia, entendiendo que el cómico genera su propio texto por su cuenta. En televisión rara vez pasa esto. De todas formas, consideramos que los guionistas en televisión generan contenido de manera prácticamente anónima, ya que es muy raro que alguien desde fuera del programa les responsabilice por los contenidos.

En un segundo nivel tenemos a los creadores y productores del programa, que son quienes marcan la línea editorial y el tono de los chistes. Ellos no hacen que los chistes sean mejores o peores a la hora de recibir alabanzas, pero trazan los temas, contenidos y posicionamientos, por lo que son ellos quienes deciden la opinión del programa sobre determinados temas. En este caso el nivel de anonimato es solo medio, ya que suelen ser más conocidos que los guionistas y en algunos casos también salen en pantalla (Buena fuente en *Late Motiv*, Jorge Ponce y Ricardo Castella en la *Resistencia*). A diferencia de los guionistas, a los que casi nunca se les responsabiliza, a los directores y productores les corresponde hacer frente a las polémicas cuando se hacen críticas al programa por ciertos chistes o línea editorial en diversos temas.

Por último, nos encontramos con el cómico que finalmente sale en la televisión y dice lo que le han escrito. En programas como *El Intermedio*, tanto *El Gran Wyoming* como Dani Mateo interpretan con exactitud cada palabra que han escrito los guionistas, por lo que su responsabilidad sobre el contenido no debería ser excesiva. Sin embargo, el personaje creado para ellos por el programa suele ajustarse bastante a su personalidad e ideología, como le pasa a Miki Nadal en *90 Minuti*, programa de fútbol del Real Madrid con gran inclinación y defensa del equipo blanco. Aunque no sean los creadores de los chistes, normalmente les suele corresponder defenderlos cuando surgen



controversias, por lo que es muy importante que el personaje esté muy bien estudiado y adaptado al papel. A pesar de que no escriban su propio material, la audiencia considera que son responsables de él, por lo que entendemos que no son de ninguna manera anónimos a la hora de generar sátira.

En otros formatos estas diferencias están un poco más claras. En las viñetas normalmente los dibujantes firman sus trabajos, bien con su nombre real, con el artístico o con un seudónimo. En general suelen ir dentro de la línea editorial de la revista o el periódico y es la propia publicación la que se hace en parte responsable de los contenidos que en ella salen, así que en general consideramos que este tipo de anonimato es medio, variando en función de cómo firme el dibujante. Ya en otro nivel nos encontramos con creadores como *Forges*, cuya firma trasciende el formato en el que es publicado y su responsabilidad en lo que dibuja es total. Igual pasa en el caso de la revista *Mongolia*, en donde sus responsables son tan visibles que asumen hasta las últimas consecuencias a nivel personal cada chiste que escriben o dibujan.

Por último, en las redes sociales y Twitter en especial, los que son anónimos escriben desde cuentas sin dar su nombre ni poner foto. A veces hablan a través de un personaje que crean (p.e. *@norcoreano*, parodia del Presidente de Corea del Norte), o representándose a sí mismos y sus opiniones (p.e. *@xuxipc*). Luego hay otros que dicen su nombre, aunque en el avatar no pongan su foto (p.e. *@gerardotc*), esto les genera cierto anonimato, aunque es fácil identificarles investigando un poco. También hay muchos cómicos y famosos que hacen sátira por Twitter de manera totalmente acreditada, dando su opinión sobre diferentes temas y asumiendo el control total de sus opiniones (p.e. Dani Mateo o Javier Durán).

Sobre si el anonimato como cómico a la hora de hacer sátira es correcto o no existe un importante debate, basándose tanto en la credibilidad como en la libertad que aporta dar el nombre. Por un lado, varios de los entrevistados opinan que no ser anónimos les obliga a medir más sus palabras. A este respecto, Raúl Navarro, guionista, pero a la vez monologuista, señala que *“hoy en día, anónimos y famosos están igual de jodidos [sic] a la hora de expresarse. Supongo que, si fuera famoso, me censuraría algo más”*. Vemos como apuntan a que, a mayor conocimiento del público, mayor es la autocensura del cómico. Este es el caso del tuitero @norcoreano, quien explica que *“no soy totalmente anónimo, trabajo con mucha gente que sabe quién soy. Sí lo era en un principio. El anonimato te aporta libertad absoluta para expresarte sin filtros, cosa que he perdido”*.

El anonimato permite mucha libertad creativa al no tener que responder por las opiniones vertidas, para bien y para mal. Por un lado, desde esta posición se puede hablar de temas polémicos de los que la gente acreditada o famosa suele rehuir. Sin embargo, esa falta de responsabilidad sobre lo que se dice también hace que muchas veces se intoxique el mensaje y se pierda por completo el sentido de la sátira. Hemos visto el caso de tuiteros que inicialmente eran por completo anónimos y podían criticar cualquier cosa, pero al ir haciéndose famosos y empezar a rentabilizar sus tweets con campañas comerciales, tenían que moderar su discurso para no molestar a los anunciantes.

En una línea crítica con el anonimato nos encontramos con Durán, quien aparte de guionista escribe en Twitter con su nombre real y sus opiniones suelen ser bastante ácidas:

*“Aunque respeto al que no lo hace, creo que la sátira tiene muchísima más fuerza si parte de alguien con nombre y apellidos,*

*de alguien que se responsabiliza de lo que escribe. Le da credibilidad. La impunidad que da el anonimato a la hora de hacer humor creo que es contraproducente. Creo que el humor anónimo tiende a perder humor y ganar acritud. Otra cosa es que el anonimato sea para huir de la fama o de la notoriedad que pueda provocar tu humor. Eso lo comparto al 100%<sup>97</sup>.*

En la sociedad actual, incluso los medios más posicionados de izquierdas y satíricos han de rendir cuentas a final de mes y cuadrar números, por lo que el equilibrio entre criticar al poder y depender de muchos anunciantes que respaldan a ese poder es una tarea normalmente compleja.

En otro aspecto clave sobre el anonimato, la responsabilidad de lo que se escribe, Herrero señala que:

*“Internet no es Las Vegas, lo que pasa en internet no se queda en internet... Seas anónimo o no tienes que tener claro que eliges lo que publicas, no quién va a ver esas publicaciones”<sup>98</sup>.*

Es importante la previsión que ha de tener el emisor del mensaje sobre quién puede acabar siendo el consumidor del contenido, ya que en la era actual el público puede llegar a ser mucho más amplio de lo inicialmente pretendido y, lo que podía ser una broma interna de mal gusto, acabe convertido en una gran controversia.

Podemos concluir que el anonimato, en función del nivel al que se dé, otorga gran libertad a la hora de expresarse sobre diferentes temas. Sin embargo, ese anonimato nunca es total, ya que por mucho que en redes sociales alguien se

---

<sup>97</sup> Entrevista realizada a Javier Durán vía correo electrónico el 01/03/2017

<sup>98</sup> Entrevista realizada a Enrique Herrero vía correo electrónico el 02/03/2017

expresé desde una cuenta sin identificar, en caso de cometer delitos de amenazas o insultos la policía es capaz de encontrar al emisor muy fácilmente.

Otro de los aspectos que hemos querido conocer es la capacidad de los recursos utilizados habitualmente por el humor dentro de otros campos alejados de la política. En concreto, nos preguntamos si podrían ayudar, por ejemplo, en un juicio (espacio de gran seriedad) para convencer a las diferentes partes. Podría ocurrir el caso de un abogado defensor que las utilizara para demostrar la inocencia de su cliente, de un fiscal o de un demandante para lo contrario, o desde el propio juez para rebatir las afirmaciones de alguna de las partes.

Como ya hemos dicho, el humor tiene dos componentes, la parte en la que diversas herramientas ayudan a refutar afirmaciones y la parte en la que sirve para conseguir la empatía del receptor y generar un entorno más efectivo para nuestra persuasión. En ambos casos encontramos que la mayoría de los entrevistados conocen poco sobre las dinámicas dentro de una sala judicial y en general han considerado difícil que la comedia permita mejorar dicho ejercicio de comunicación. Sin embargo, algunos de ellos creen que llegada la ocasión pudiera ser así e incluso desearían que lo fuera, pero en general parece poco probable que alguno se aventurara a ser el primero en intentarlo.

A este respecto, Durán hace una defensa del humor incluso en los espacios más solemnes,

*“Creo que, en todos los ámbitos, incluido un juicio, el humor es fundamental para comportarse y relacionarse con los demás. Más que para persuadir, para poder discutir sin la gravedad que siempre implica un intercambio de ideas diferentes (especialmente en un espacio solemne)”.*

En su respuesta encontramos una mezcla de los dos usos que le otorgamos al humor, ya que su utilización trataría de crear un entorno favorable para nuestras tesis y ganar el favor del receptor. Por supuesto, como bien hemos apuntado antes, esta posibilidad ha de mostrarse de un modo sincero y humilde, ya que el uso de sarcasmo, socarronería o arrogancia podría tanto conseguir el desapego del receptor como la devaluación del mensaje.

Chisleanschi, por su parte, es más escéptica en cuanto a los beneficios del humor en estos ámbitos,

*“Se me hace difícil pensar en el humor en un contexto judicial. Los jueces trabajan con herramientas tangibles, con realidades concretas, mientras que el humor se mueve en lo abstracto, en el mundo de las expectativas, las evocaciones, los dobles sentidos. Sería muy complejo unir un mundo tan rígido y literal como el derecho, con uno tan caótico como el del humor. El humor, para que funcione, necesita que emisor y receptor compartan códigos, y los códigos de lo judicial no son los del humor”<sup>99</sup>.*

Si bien es verdad que en el derecho la comunicación se mueve en caminos diferentes a los de la comedia, no deja de haber diversos momentos de persuasión en donde se trata de convencer a alguien de algo. Cuando hablamos de humor no nos referimos únicamente a la búsqueda unívoca de la hilaridad y la carcajada, sino al uso de diferentes recursos utilizados para alcanzar otros efectos. No se trata de convertir una sala judicial en un espectáculo de comedia ni que abogados y jueces se partan de risa, sino plantear paralelismos, ironías o reducciones al ridículo que consigan convencer a las otras partes de nuestros alegatos. Al igual que en el derecho se usa la jurisprudencia para señalar

---

<sup>99</sup> Entrevista realizada a Tatiana Chisleanschi vía correo electrónico el 02/03/2017

resoluciones anteriores que apoyen nuestras tesis, la reducción al ridículo podría demostrar que una afirmación de la parte contraria es falsa escarbando hasta su axioma erróneo y elevándolo hacia una posición en la que se muestre con claridad su error.

### **3.6 Políticos y cómicos**

En el panorama actual encontramos ocasiones en que el poder y el contrapoder usan herramientas comunicativas similares. Cada vez hay más políticos que utilizan recursos del humor como instrumentos comunicativos (normalmente mal) y cómicos que hablan sobre política con activismo. Morreal (2005) señala que hay ejemplos notables de dirigentes con un gran dominio de esos recursos y su uso de forma estratégica en sus discursos como Churchill o Lincoln. Sin embargo, Charles Schutz (1977) apunta que este rasgo es más habitual en los políticos anglosajones, para quienes el humor es una habilidad apreciada. En los dirigentes de cultura mediterránea este empleo es más escaso.

El ejemplo más notable que encontramos en España es Gabriel Rufián, portavoz del grupo de Esquerra Republicana de Catalunya en el Parlamento español desde 2015 y uno de los dirigentes más mediáticos en los últimos años por su forma de expresarse. Nacido en 1982, es uno de los parlamentarios más jóvenes del hemiciclo y ha conseguido una gran relevancia tanto por sus participaciones en el Congreso de los Diputados como por su actividad en Twitter.

Rufián utiliza varias de las técnicas comunicativas del ámbito del humor como la ironía o la reducción al ridículo adaptándolas a las circunstancias para llamar la atención y tratar de ser el protagonista del debate. Una de sus actuaciones

más conocidas fue cuando sacó una impresora en el Parlamento para pedir al gobierno de Rajoy que permitiera realizar el referéndum en Cataluña, aunque los propios ciudadanos tuvieran que imprimirse sus papeletas en casa (Fcinco, 2017). En los días previos, la policía había clausurado varias imprentas en las que se estaban imprimiendo las papeletas para la consulta, por lo que el portavoz de ERC llevó una fotocopidora casera para mostrar el ridículo de la situación. Dicha puesta en escena no tardó en hacerse viral y convertirse en *trending topic* en Twitter, logrando que todo el mundo se enterara de ello. Aparte de lo insólito de sacar una impresora en pleno debate parlamentario, lo cual le sirvió para conseguir una gran difusión, Rufián hizo varios chistes satíricos a fin de atacar las tesis del Gobierno contra el referéndum catalán como: “*No es muy peligrosa, no imprime billetes de 500*”, en referencia a que el Gobierno debería dejar de perseguir impresoras y dedicarse a buscar “*corruptos y ladrones dentro de su propio partido*”. Haciendo un símil entre la libertad del pueblo catalán para votar democráticamente y la tenencia lícita de drogas, Rufián soltó otro chiste: “*Tengo una papeleta en el bolsillo, pero les juro que es para consumo propio*”. La situación provocó cierta hilaridad por un lado y enojo por el otro, quizá no tanto por el ingenio de los chistes sino por el contraste que supone expresarse de esa manera en su sitio tradicionalmente serio como es un parlamento. Rufián consiguió que su discurso se propagara a gran velocidad por los medios obteniendo un enorme alcance. Sin embargo, en general no gustó porque el parlamento catalán genera rechazo en gran parte de la sociedad española y no gusta que se bromea en el Parlamento. A pesar de sus intentos no consiguió suficiente empatía por mucho que utilizara estos recursos.

Su cuenta de Twitter también tiene un gran interés y algunos le consideran incluso un “tuitstar”, ya que es de los políticos con más seguidores superando los seiscientos mil, casi al nivel de los grandes líderes teniendo en cuenta que ERC cuenta con pocos diputados en el Congreso. Un ejemplo de uno de sus tweets más virales es este en el que relaciona su crítica a la monarquía con el racismo que provocó la llegada del barco de refugiados *Aquarius* (Fariñas, 2018) a las costas españolas en primavera de 2018:

**Imagen nº 124. Tuit de @gabrielrufian, 11/06/2018**



Para ello, utilizó una frase muy repetida entre los críticos con Pedro Sánchez por permitir desembarcar en Valencia un barco lleno de inmigrantes que había sido denegado antes en los puertos de Italia, en donde formaba parte del gobierno un partido de extrema derecha. En España, los que se oponían a este desembarco solían repetir la coletilla “si tanto te gustan los inmigrantes, mételos en tu casa”. Rufián utilizó esa misma frase para hacer un paralelismo y expresar su opinión sobre la monarquía española, en donde se entiende que “*si os gusta*



*tanto Felipe VI, metedlo en vuestra casa, pero que deje de cobrar del dinero de todos".* Con un ejercicio de relación de diferentes temas trata de desmontar por un lado las tesis racistas contra el desembarco y por otro atacar a la institución monárquica.

Gabriel Rufián es un dirigente distinto, ya que además de utilizar los instrumentos de comedia como estrategia política, también usa el humor simplemente por hilaridad. En este ejemplo vemos un tweet que dedicó a la entonces presidenta de Andalucía, Susana Díaz riéndose de su puesta en escena para el mensaje de Navidad.

#### Imagen nº 125. Tuit de @gabrielrufian, 31/12/2017



En este caso, la crítica política es casi mínima y lo que se busca es el humor para burlarse de un rival. Como mucho, Rufián trataría de atacar a una contrincante política dando a entender que su forma de actuar es anticuada y populista, pero poco más. Muchos otros tuiteros también hicieron bromas con esta foto y Rufián quiso aprovechar la ocasión. Con ello, más que criticar algo

en sí sobre el PSOE, el gobierno andaluz o la propia Susana Díaz, el portavoz de ERC trabaja en su línea de personaje, haciéndose ver como popular, moderno y muy al día en las últimas tendencias. Con tweets así, más que una posición ideológica, Rufián trata de conectar con un votante progresista y moderno que disfruta de la comedia. Intenta mostrar su lado más juvenil e ingenioso, queriendo decir que aparte de su ideología, que podría no encajar con la de la mayoría, conecta con ese público joven desengañado de la alta política o, como bautizaron en Podemos, de la “casta”.

Por supuesto, las críticas de un gran número de políticos de todos los ámbitos no faltaron (Vega, 2018), aunque quizá ello mejoró aún más su papel de *enfant terrible* de la política española que tanta popularidad, negativa según el CIS en 2017 (Fcinco, 2017), le ha dado. Si es verdad que su capacidad para crear simpatías es igual de alta que para generar enemigos, resulta evidente que todas las polémicas le han ayudado a que el mensaje de ERC llegue más lejos, sobre todo teniendo en cuenta, como hemos dicho antes, que su grupo en el Parlamento cuenta con pocos diputados, nueve en aquel momento.

Rufián ha elaborado un personaje poderoso desde una posición de aparente debilidad si la comparamos con el resto de políticos en situaciones parecidas a la suya. Si bien es verdad que un parlamento con 350 “Rufianes” sería caótico y resultaría inviable debatir sobre nada si todos se dedicaran a montar espectáculos, es evidente que el personaje creado y desarrollado por el portavoz de ERC ha encontrado un espacio muy bien definido dentro de la política española. Y ello se debe a su capacidad para conectar, aunque con efectos no siempre positivos, con un público cansado de las formas tradicionales de la política, pero también demostrando un gran talento e ingenio a la hora de

desarrollar sus actuaciones y lanzar sus mensajes. Si bien su éxito o fracaso es difícil de medir cualitativamente pues los halagos y las críticas han sido muchas, cabe destacar el poderoso altavoz que ha conseguido en los medios para lanzar su mensaje.

Por el lado contrario, hemos consultado a varios cómicos satíricos para preguntarles si estarían dispuestos a recorrer el camino inverso y entrar en política o si alguna vez se lo habían ofrecido, aunque fuera de manera anónima. De forma unánime todos señalaron que no lo harían. Algunos argumentaron que no valdrían para ello y otros que prefieren seguir manteniéndose en el otro lado como críticos y ejerciendo de contrapoder. El único que arrojó una mínima posibilidad fue Javier Durán, quien señaló que

*“Aceptaría entrar en política en algún caso concreto, con alguien al que personalmente conociera y respetara más allá de cualquier duda o por una causa altruista puntual. Creo que entraría en política sobre todo en un momento de gran trascendencia para evitar un mal mayor (tipo victoria de Trump en EEUU o de la ultraderecha en España)”<sup>100</sup>.*

Pocos meses después de la entrevista el partido de ultraderecha Vox consiguió veinticuatro escaños en el parlamento español en las elecciones generales de 2019 (La Vanguardia, 2019). No tenemos datos de que Durán haya entrado de forma activa en ningún partido.

Dos entrevistados, precisamente los dos tuiteros, son los únicos que señalan que les han ofrecido entrar en política. Probablemente debido a su resonancia mediática al contar con cientos de miles de seguidores tendrían más poder para

---

<sup>100</sup> Entrevista realizada a Javier Durán vía correo electrónico el 02/03/2017

difundir mensajes que el resto de cómicos guionistas o dibujantes. Los guionistas y dibujantes que no salen en la televisión rara vez son conocidos salvo que tengan muchos seguidores en redes sociales, por lo que se entiende que a las formaciones políticas les guste contar con cómicos afines de gran capacidad mediática. Tanto De la Torre (@gerardotc) como Norcoreano afirman que rechazaron dichas ofertas. A De la Torre le ofrecieron ingresar en un partido y lo declinó ya que *“no me gustaría ni serviría para la política y amo mi oficio, la comunicación en todos sus ámbitos”*. Por su parte, a Norcoreano las ofertas que le hicieron tenían más un componente publicitario que político:

*“Una fue viajar un fin de semana para conocer a uno de los cuatro líderes de los principales partidos para cambiar la opinión que tenía sobre él, la otra fue pagarme por tuitear en contra del independentismo durante dos días en octubre. Ambas las rechacé”<sup>101</sup>.*

En general vemos que los cómicos se sienten más cómodos estando en frente de los políticos que a su lado. Muchos ignoran el poder de sus mensajes, pero los que conocen su capacidad de persuasión rechazan usarla a favor de una plataforma política. Incluso aunque su ideología sea clara y en ocasiones se declaren votantes de una determinada formación, entienden como ajeno y alejado el diálogo político. Además, la comedia no se basa en unos supuestos necesariamente reales. Cuando se genera humor se está creando una ficción en donde determinados personajes y situaciones pueden ser cercanos a la realidad o no. Es por ello que, ante una situación de controversia política, el cómico puede elegir participar o no y, dentro de esa participación, puede decidir a qué nivel

---

<sup>101</sup> Entrevista realizada a Norcoreano vía correo electrónico el 05/09/2018

entrar, desde el chiste más blanco e inofensivo hasta la crítica más mordaz. El cómico tiene una gran libertad a la hora de elegir sobre lo que hablar y cómo hablar que el político en general no tiene. El humorista no tiene la obligación de pronunciarse en todo momento sobre todos los temas. No tiene ni siquiera la necesidad de ser coherente, ya que la incoherencia es parte del nacimiento de la comedia. El humorista ve el debate político como algo demasiado serio y encorsetado, el humor funciona mejor convirtiéndose en el contrapunto que solventa las carencias de dicha comunicación.

### **3.7 Sátira no política**

Como hemos visto, el humor no solo es útil para atacar ideas y decisiones del poder, sino que tiene capacidad de defender opiniones y criticar posiciones en distintos ámbitos. Por ello, hemos analizado otro tipo de sátira, la deportiva, para conocer qué aspectos son extrapolables a otros entornos y cuáles no. Hemos consultado a Chisleanschi, guionista que trabajó en el programa de humor futbolístico *90 Minuti*, para conocer sus impresiones al respecto. En dicho formato de la cadena *Real Madrid TV*, se defienden las posiciones del equipo y se ataca las afirmaciones de periodistas contrarios, como sucede en otros programas de sátira. Al igual que estos, *90 Minuti* traza una línea editorial y utiliza el humor para mejorar su comunicación.

Con respecto a la relación entre sátira política y deportiva, Chisleanschi lamenta que en los últimos años:

*“...la política, al igual que el deporte, se ha convertido en una narración con ganadores y perdedores. Los partidos (políticos) cada vez son más “equipos”, cuyos discursos, a menudo belicistas, se asemejan a los de los equipos deportivos. No es difícil, por tanto, pensar en que las mecánicas y las herramientas de la sátira política y deportiva son similares. Sólo hay que elegir “equipo” y buscar los personajes más caricaturizables del “equipo” contrario para debilitarlo a través de la sátira”<sup>102</sup>.*

Como ya señalamos anteriormente, la política actual se ha imbuido en muchos casos del tono y el espectáculo de algunos programas televisivos de debate como *Sálvame* o *El Chiringuito*, en donde lo que prima no es la capacidad de convencer al rival mediante argumentos racionales sino de entretener al espectador con teatrillos y puestas en escena. Como añade Chisleanschi, el problema radica en las diferentes consecuencias que tiene devaluar un debate sobre temas del corazón o deportivo y las que tiene hacerlo con uno político. En el caso de los formatos de entretenimiento estos debates suelen ser parte del espectáculo y complementan el partido de fútbol o las informaciones sobre el corazón. Por el contrario, en política esta devaluación del diálogo puede influir en las decisiones tomadas por los dirigentes, la banalización del debate y la frustración de los ciudadanos.

Sin embargo, aquí no preguntábamos sobre las diferencias entre la comunicación política y la deportiva (p.e. *La Sexta Noche* vs. *El Chiringuito*) sino entre la sátira política y la deportiva (p.e. *El Intermedio* vs *90 Minuti*). De estos cuatro formatos el único que entendemos que se encuentra en una contradicción entre lo que promete (debate político) y lo que realmente da (entretenimiento) es

---

<sup>102</sup> Entrevista realizada a Tatiana Chisleanschi vía correo electrónico el 02/03/2017

*La Sexta Noche*, ya que los otros son coherentes con lo que ofrecen (entretenimiento deportivo en *El Chiringuito*, sátira política en *El Intermedio* y deportiva en *90 Minuti*).

Otra de las cuestiones que hemos querido estudiar es ver cómo se traslada el funcionamiento del humor en el eje izquierda-derecha o abajo-arriba en otros entornos como el futbolístico. La guionista afirma que:

*“En el caso de la sátira deportiva ocurre lo mismo. El chiste es más potente cuando proviene del equipo pequeño al grande, del perjudicado al beneficiado, del que pierde al que gana. Si el chiste es del poderoso al humilde, no es gracioso... o, si lo es, no es moral, y, por tanto, no debería fomentarse. El humor es más potente cuando es útil. Y siempre es más útil cuando ayuda a quien más lo necesita”.*

¿Pero cómo se traslada esa relación de poder a otros ámbitos no necesariamente políticos? En la comedia es imprescindible empatizar con alguna de las partes para que sea efectiva. En el caso de *90 Minuti*, el programa está enfocado a aficionados del Real Madrid, por lo que se entiende que los espectadores compartirán la mayor parte de las tesis defendidas en su línea editorial. Aun así, no deja de ser cierto que el Real Madrid es un club “poderoso”, tanto por títulos, historia, presupuesto o jugadores. ¿Por qué hay entonces una necesidad de defender al poderoso y cómo se consigue que funcione en términos de comedia?

En este programa el Real Madrid se coloca en la posición del “no poderoso”, del atacado. El equipo asume el papel de víctima ante una prensa supuestamente anti madridista, de instituciones deportivas y futbolísticas

contrarias al club y para defenderse de un ataque continuo hacia la entidad y sus aficionados.

*90 Minuti* muestra que en realidad la sátira no funciona necesariamente de abajo a arriba, sino que también puede ser utilizada para defender posiciones consideradas justas, aunque vengan de parte del poder. Siendo precisos, sería más exacto afirmar que la sátira funciona como herramienta para defender o atacar posiciones injustamente valoradas, vengan del poder o no. Por lo tanto, también puede servir de herramienta comunicativa para partidos de derechas que pretendan defender sus decisiones en el poder o criticar a partidos de izquierdas por su labor tanto en el gobierno como en la oposición.

Como apunta Chisleanschi, no es fácil recorrer el camino contrario y este paralelismo no es fácil llevarlo al mundo del deporte, ya que considera que *“tratándose de un espectáculo, los medios satíricos en el mundo del deporte deberían dedicarse principalmente a entretener”*. La sátira en el deporte puede enseñar algunas claves sobre su poder en diferentes entornos, pero no parece sensato llevar el nivel de crispación de la política al mundo del deporte. En general, dichos programas de entretenimiento deportivo (fútbol mayoritariamente en España) como *El Chiringuito* o *90 Minuti* no dejan de ser en su esencia una parodia de programas similares de debate o sátira política. Parte de la hilaridad que generan surge de elevar situaciones poco importantes (un penalti no pitado) hasta convertirlo en agrias polémicas y encendidos debates. Situaciones de poca relevancia acaban defendiéndose a capa y espada como si se tratara de temas de gran importancia, como la defensa de la sanidad pública o la política territorial. La guionista señala respecto a la sátira deportiva que el papel del humor es



sumar, no restar, y que es útil para defenderse ante el amarillismo de los medios de comunicación y el “todo vale” que se ha instalado en este tipo de prensa.

En otro orden de cosas, Chisleanschi apunta a uno de los aspectos más importantes dentro del equilibrio en los medios de comunicación: la desinformación. Se ha escrito mucho al respecto y se podría escribir aún muchísimo más, pero en lo concerniente a nuestro ámbito, cabe señalar que la información sesgada, los datos manipulados o las conocidas como *fake news* (Magallón-Rosa, 2018) han dilapidado gran parte del (ya mermado) prestigio también de la prensa deportiva. Uno de los baluartes sobre los que se asienta, por ejemplo, la sátira en el programa *90 Minuti* es el bajo nivel periodístico y el sensacionalismo de la prensa deportiva. Al tratarse gran parte de las afirmaciones y debates deportivos de imposturas vacías para generar contenido y venta de periódicos, no resulta complicado para un programa de sátira encontrar incoherencias, incongruencias o falacias en el argumentario de los periodistas deportivos. Retomando las palabras de la guionista, es necesario comprender que se trata solo de entretenimiento, por lo que dichos formatos y su relevancia han de ser entendidos desde un aspecto puramente lúdico y de poca relevancia a nivel real.

En consecuencia con lo anterior, esta cómica considera de gran importancia el papel de la sátira en los medios, incluido en el ámbito deportivo, ya que ha encontrado la forma de canalizar el odio y la crispación que producen los medios. Según ella, una parte de los aficionados encuentran cierto alivio o consuelo en este tipo de sátira y se convierte en una manera inteligente de contestar.

Aunque el mundo del deporte se trate de un ámbito puramente de entretenimiento, es cierto que, sobre todo, determinadas disciplinas como el

fútbol han trascendido dicha posición hasta convertirse en espectáculos en donde el antes y el después del encuentro llenan también horas de contenido. Sin duda, las polémicas y los debates hacen que cualquier espectáculo o deporte gane una gran cantidad de seguidores, por lo que muchas veces los programas de entretenimiento deportivo, sobre todo si hay ausencia de noticias puramente relacionadas con un partido, decidan generar otros entornos de interés y debate alrededor. A esto se refiere Chisleanschi como el proceso de “amarillismo” dentro de estos medios, buscando más la noticia sensacionalista que el mero análisis de la actualidad deportiva. Según su opinión, la sátira tendería a ajustar dicho nivel de “amarillismo” para que no exceda los límites puramente deportivos y se convierta en algo real. Como ejemplo vemos de nuevo el caso de *90 Minuti*. el Real Madrid, al ser uno de los clubs de fútbol con mayor presupuesto, número de títulos y seguidores del mundo, es un generador de noticias constante. Pero, además, incluso cuando no las hay, la capacidad de generar rumores se multiplica si el Real Madrid está por medio. Cualquier tertuliano o periodista sabe que sus declaraciones tendrán mucho más eco si habla de un equipo grande como el Real Madrid que si habla de otro más pequeño. Es por ello que muchos decidan hablar mal sobre el club solo por el mero hecho de encontrar audiencias con interés por escucharlo. A este efecto respondería también un programa satírico, ya que la crítica continuada, aunque solo sea por ganar difusión puede acabar teniendo un efecto real. La sátira deportiva ataca dichas críticas y a sus emisores defendiendo unos medios de comunicación más útiles y responsables. Como señala Chisleanschi, la sátira ejerce una respuesta “inteligente” ante el odio y la crispación que producen los medios.

Este análisis también es extrapolable a los medios de comunicación política, en donde el sensacionalismo ha irrumpido en muchos de ellos viciando el debate y convirtiéndolo en algo de poco valor. El equivalente en este caso sería *El Intermedio*, en el que además de analizar la actualidad política se hace crítica de los medios de comunicación o periodistas que ejercen su labor de manera poco responsable y profesional. Yendo aún más allá, la propia red social Twitter también ha permitido que en los últimos años haya más control y respuesta al trabajo de los medios de comunicación, ya que ahora se puede criticar y analizar de manera más accesible a los medios cuando ejercen su labor de manera incorrecta. Por supuesto, gran parte de las críticas que se les hace y algunas de las más brillantes y acertadas provienen de cuentas satíricas de humor y utilizan herramientas cómicas para ello.

#### 4 CONCLUSIONES Y PROSPECTIVA

En esta investigación hemos podido observar que el papel de la sátira a lo largo de la historia de la comunicación ha crecido durante los periodos de mayor restricción de libertades y crisis sociales. El humor en estos casos, viñetas casi en exclusiva hasta la llegada de la televisión, ha ido aumentando y disminuyendo su crítica y mordacidad según la frustración y descontento de cada época. En momentos de guerras, dictaduras o crisis económicas se ha utilizado un humor más agresivo, a pesar de que en muchos casos tuviera que recurrir a un mayor ingenio para sortear las restricciones de libertad de expresión. En periodos de mayor calma y bienestar social encontramos un humor más blanco y complaciente, pero a la vez donde se busca más una comedia absurda que no requiera de contenido político o social.

Tras el análisis de la sátira durante fechas clave de la primera legislatura de Mariano Rajoy y las entrevistas a diferentes profesionales del sector, hemos podido ver cómo diferentes medios y personas de manera individual han utilizado el humor como herramienta de contrapoder para criticar y atacar decisiones de un gobierno con mayoría absoluta.

La sátira política se incrementó considerablemente durante este periodo por dos razones. La primera es la demanda de programas, como *El Intermedio*, que se posicionaron de un modo crítico contra el gobierno. Se ha comprobado que el incremento de su audiencia iba en paralelo al endurecimiento de su mensaje. La segunda razón es la extensión de las redes sociales, como Twitter, en donde la sátira aumentó considerablemente a través de cuentas no especializadas. Los

ciudadanos vieron la posibilidad de aprovechar este factor tecnológico, en plena expansión, para expresar su descontento y la frustración contra el ejecutivo.

Además, esta revolución digital ha hecho que el tercer objeto de estudio de nuestra investigación, las viñetas satíricas, perdieran gran parte de su difusión por la caída de ventas de periódicos y revistas en formato físico. El uso del humor en los medios ha ganado un gran protagonismo durante este periodo convirtiéndose en una herramienta eficaz a la hora de mostrar las incoherencias y errores del poder. Mediante la ironía, la reducción al ridículo y otras formas cómicas hemos visto cómo se desmontaban afirmaciones y decisiones durante un periodo de gran agitación social y política.

Podemos concluir que, coincidiendo con legislatura de Rajoy, aunque no únicamente como consecuencia del descontento manifestado hacia su gobierno en manifestaciones y redes sociales, ha cambiado el modo y la forma de informarse y comunicar políticamente en España. La sensación de frustración generada entre la población por la mala situación económica generó un gran malestar hacia el gobierno del PP, pero también hacia la oposición que planteaba el PSOE a la que se acusó de inoperante. Ello provocó que muchos ciudadanos buscaran el modo de expresar su opinión y ejercer contrapoder hacia las decisiones del gobierno por parte de los medios satíricos y de plataformas sociales como Twitter. Este aumento y democratización del humor crítico ayudó a generar un contexto nuevo en donde la imagen de los partidos y medios tradicionales empeoró considerablemente, canalizando parte del descontento y frustración de la ciudadanía.

Como tradicionalmente se ha mantenido, el humor funciona mejor de abajo a arriba que de arriba abajo. Es más fácil empatizar con el débil que con el fuerte.

Sin embargo, en estos últimos tiempos hemos podido ver que también puede funcionar desde el poderoso hacia el humilde o desde la derecha hacia la izquierda. En la sociedad actual encontramos un equilibrio de poderes mucho mayor que en cualquier otra época, con gobiernos de centro izquierda y centro derecha turnándose durante las últimas décadas en varios de los países más desarrollados del mundo. La sátira contra ellos también es posible y ha sido ejecutada en numerosas ocasiones con gran ingenio y brillantez. En otros entornos como el deporte, un equipo muy poderoso como el Real Madrid ha sido también capaz de criticar mediante el humor a sus detractores. Es por ello que hemos concluido que el humor no necesariamente ha de ser una herramienta que funcione de abajo a arriba, sino que su mayor utilidad es la de encontrar las injusticias o inexactitudes y mostrarlas con evidencia. Incluso un exceso de crítica o su falta de justificación puede ser también rebatida con comedia por el sujeto inicialmente atacado. Recursos como la ironía o la reducción al ridículo permiten ajustar cualquier afirmación o decisión a la realidad y resaltar sus partes incorrectas. A este respecto, el humor ejerce un proceso similar al de la lógica filosófica.

Otro de los aspectos que hemos estudiado es la razón por la que el humor se considera casi como una vocación y una capacidad innata y no se contempla la posibilidad de formarse. Al respecto, casi todos los profesionales del sector han señalado que entraron en ese mundo por una razón puramente vocacional y consideran que tiene que haber una gran base propia antes de comenzar el proceso de aprendizaje. Sobre este tema, nos quedamos sin afirmar del todo si de verdad puede ser un conocimiento técnico aprehensible y practicable por cualquier persona como otras ramas profesionales (marketing, periodismo,

publicidad...) o si bien requiere de cierta habilidad innata que lo sitúa más próximo al campo de las artes al requerir un talento y creatividad que, sino de nacimiento, al menos ha de contar con una gran vocación para su buen desarrollo.

Sin embargo, otra de las preguntas que nos hacíamos al inicio de nuestra investigación era la razón de por qué el humor, aunque se considerara un talento innato, era tan poco investigado a nivel académico y tan escaso en estudios científicos. La conclusión a la que hemos llegado es que la comedia no se considera únicamente un talento innato, sino que hay cierto recelo por parte de los propios humoristas a invertir de manera consciente en mejorar su propio capital humano. Lo aprendido en el mundo de la comedia ha de ser de manera autodidacta o indirecta al ver a otros cómicos con una intención puramente lúdica. Existen muchos recelos entre los profesionales sobre tratar de mejorar como humorista de una forma académica, como leyendo estudios de otros cómicos o de investigadores. Esa es la razón por la que hay tan poca reflexión dentro del mundo de la comedia sobre su propio campo.

Al margen de discusiones sobre los límites del humor, la mayoría de profesionales consideran aburrido e innecesario debatir o pensar sobre cuestiones como su poder, su capacidad de persuasión o su responsabilidad como líderes de opinión. Consideramos que esto no es ni mucho menos beneficioso y que deberían reflexionar más sobre su materia para mejorar profesionalmente y hacer del humor una herramienta más efectiva, como pasa en prácticamente todas las materias y oficios en donde los propios profesionales estudian la forma de mejorar su sector. Si bien la comedia quizá no requiera de un grado universitario por sí sola, sería recomendable que se estudiara en

asignaturas de oratoria, comunicación política o hablar en público. La mayoría de profesionales consideran el estudio y reflexión del humor como algo que lo deja de hacer gracioso, pero puede ser perfectamente compatible con su ejercicio sin volverlo obtuso y conseguir mejorar tanto su efectividad cómica como persuasiva.

Por último, una de las hipótesis que planteamos al inicio de nuestro estudio era si un político con conocimientos de humor tendría mayor capacidad de persuasión entre los votantes que se tradujese en un mejor rédito electoral. Al respecto, podemos deducir de la opinión de los profesionales consultados que el humor solo es una variable más de todas las que hay dentro del proceso comunicativo y, a su vez, el proceso comunicativo solo es una variable más de todas las que afectan a la persuasión política del votante. Estudiando el caso de uno de los políticos españoles que más uso hace de la comedia en sus mensajes políticos, Gabriel Rufián, encontramos que le ha permitido llegar a un público mucho mayor del que cabría esperar teniendo en cuenta el número de votos y simpatizantes con los que cuenta su partido. Sin embargo, no podemos afirmar ni que le haya supuesto un incremento de votos ni de simpatizantes, ya que su tono burlón y polémico le ha generado también un gran número de detractores. Es por ello que sería interesante para una futura investigación un estudio que tratara de cuantificar si un político que sí usara correctamente dichas herramientas mejoraría su número de votos. Para ello hemos elaborado esta guía, a modo de deducción de la investigación, conclusión y propuesta, que debería ayudar a comunicar mejor apoyándose en la comedia.



## **4.1 Guía de herramientas de humor para un político**

Hemos dividido la guía en dos bloques. En el primero señalaremos las herramientas puramente discursivas que ayuden a generar un mensaje convincente. En el segundo, hablaremos sobre las técnicas que mejoren la credibilidad y capacidad de persuasión del emisor y le permitan empatizar mejor con el receptor.

### **4.1.1 Técnicas discursivas:**

**-Ironía:** el uso de esta herramienta en donde lo que se afirma es lo contrario de lo que se quiere decir sirve para evidenciar y potenciar mensajes al mostrar el absurdo de su contrario. Es imprescindible no confundirlo con el sarcasmo, que utiliza una forma parecida, pero con el objetivo de ofender y destruir al rival. El sarcasmo, al incluir un componente de crueldad y carecer de sentido constructivo podría resultar contraproducente para el emisor.

**-Reducción al ridículo:** herramienta similar, pero con un trasfondo más complejo. Útil para refutar afirmaciones más complicadas a simple vista. Llega hasta la raíz de la cuestión con un procedimiento similar al de la lógica filosófica y al encontrar ese origen incorrecto o incoherente lo saca a la luz de manera mucho más visible. Lo ridículo únicamente ha de ser el mensaje que se muestra, no el personaje que lo ha mandado.

**-Hipérbole, analogía y paralelismo:** exageran, comparan o transportan a otro entorno determinadas declaraciones para mostrar la contradicción o incoherencia de su naturaleza. Muy útil para mostrar de manera clara y evidente la falsedad de un enunciado al cambiar o eliminar las circunstancias en los que se plantean inicialmente.

#### 4.1.2 Técnicas de personaje:

**-Humildad:** el político mejorará su capacidad de persuasión si consigue que el votante empatice con él. Quizá sea lo más complicado, pero ver la actitud de diversos cómicos al generar su personaje puede ayudar mucho. El político ha de mostrarse humilde y con la capacidad para reconocerse vulnerable. Para ello, muchos cómicos cuando quieren hablar sobre un tema delicado o criticar ferozmente a algo o alguien, lo primero que hacen es contar algún chiste sobre ellos mismos que les ridiculice. Esta estrategia les permite que el público se ponga de su lado, al considerar que si el cómico es lo suficientemente honesto como para reconocer sus propios errores y miserias lo es también para juzgar correctamente a los demás. En general es aquí donde más fallan los políticos, al considerar la firmeza y la disciplina como valores fundamentales en su discurso. El exceso de coherencia tampoco resulta beneficioso. Que un político pueda cambiar de idea sobre un determinado tema le humaniza y le hace fiable y flexible al votante.

**-Constructivo:** el humor ha de tener el objetivo de encontrar soluciones, no solo desmontar discursos o a quienes los dicen. Dentro de la propia forma en la que se busca cancelar una determinada afirmación ha de mostrarse al menos una pequeña idea de cómo podría solucionarse.

**-Ingenio y creatividad:** tanto en las formas como en el fondo, el político ha de buscar mejorar la forma de comunicar su discurso y sus propuestas. En comedia no existen los chistes absolutos, sino que dependen de la sorpresa que generen en cada momento al espectador. Si se repite muchas veces, por bueno que sea, resultara inefectivo. En la política tratar de mejorar el discurso

haciéndolo más original e ingenioso puede mostrar un carácter creativo en el dirigente muy valorado por el votante. Se transmite que el dirigente, al tener un ingenio desarrollado, será de encontrar soluciones diferentes a los distintos tipos de problemas que vayan surgiendo. Además, al plantear un determinado tema desde un enfoque original y diferente se consigue de nuevo la atención del receptor y que se replantee diversas afirmaciones que puede tomar como evidentes.

**-Cercanía:** el humor, no tanto en un aspecto cómico y de chiste sino de simpatía, mejora la cercanía del político. Afrontar un debate o realizar un discurso desde una posición con ciertos matices humorísticos puede ayudar a suavizar la comunicación, relajar la tensión y mostrar al político con un talante abierto y dialogante. En este caso no nos referimos al humor como actitud a la hora de comunicar.

**-Superficialidad:** hay que evitar la frivolidad como sea. Como hemos mencionado antes, el humor ha de ser constructivo. Hay que tener cuidado cuando se utiliza en determinados temas para no trivializar sobre ello. Puede ser un arma de doble filo que banalice ciertas cuestiones de importancia real y que haga al político desconectar emocionalmente sobre un determinado asunto que causa dolor o frustración a una parte de la población. Hay que tener cuidado cuando se hace sobre determinados colectivos o minorías desfavorecidos porque redundar en determinados estereotipos, aunque sea de manera cómica, puede provocar que se banalice su problemática o sufrimiento.

## 5 FUENTES

### 5.1. Fuentes jurídicas

BOE (1992): Ley Orgánica 1/1992, 21 de febrero, sobre protección de la seguridad ciudadana. Disponible en: [www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1992-4252](http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1992-4252)

BOE (2006): Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal, en boe.es. Disponible en: [www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958](http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958)

BOE (2015): Ley Orgánica 4/2015, 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana. Disponible en: <https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-3442&p=20150331&tn=2>

### 5.2. Fuentes hemerográficas:

20 MINUTOS (2018). “La revista ‘Mongolia’ condenada a pagar 40.000 euros a Ortega Cano”, en *20 Minutos*, 15 de marzo de 2018. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/3289434/0/revista-mongolia-condenada-pagar-40000-euros-ortega-cano/>

A.G. (2010). “Aguirre reescribe la historia: “Yo destapé la trama Gürtel”, en *Público*, 8 de abril de 2010, disponible en: [www.publico.es/actualidad/aguirre-reescribe-historia-destape-trama.html](http://www.publico.es/actualidad/aguirre-reescribe-historia-destape-trama.html)

ADANTI, D. (2015). “Ni puta gracia (sobre los límites del humor y su contexto)”, en *eldiario.es*, 15 de junio de 2012. Disponible en: [eldiario.es/zonacritica/puta-gracia-limites-humor-contexto\\_6\\_399020106.html](http://eldiario.es/zonacritica/puta-gracia-limites-humor-contexto_6_399020106.html)

AMADE, E. y BARRIOCANAL, J. (2015). “Barómetro del CIS”, *El Mundo*, 4 de febrero de 2015. Disponible en:

[elmundo.es/grafico/espana/2015/02/04/54d20ef3268e3e4a6c8b4579.html](http://elmundo.es/grafico/espana/2015/02/04/54d20ef3268e3e4a6c8b4579.html)

ARAGÓ, L. y VILLALONGA, C. (2019). “El mapa de una semana de protestas en Barcelona”, en *La Vanguardia*, 21 de octubre de 2019. Disponible en:

<https://www.lavanguardia.com/politica/20191021/471105625481/mapa-semana-protestas-disturbios-barcelona-sentencia.html>

BBC (2015). “¿Cómo es Charlie Hebdo, la revista satírica que sufrió un mortal ataque en Francia?”, en *BBC*, 7 de enero de 2015. Disponible en:

[www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150107\\_francia\\_perfil\\_revista\\_charlie\\_hebdo\\_ig](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150107_francia_perfil_revista_charlie_hebdo_ig)

BE NEGRE (2019). [prensahistorica.mcu.es/es/consulta/registro.cmd?-formato=ficha-comprende&id=6075](http://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/registro.cmd?-formato=ficha-comprende&id=6075). Consultado el 25 de septiembre de 2019

BUEN HUMOR (2019).

[hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0004849326&lang=en](http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0004849326&lang=en). Consultado el 25 de septiembre de 2019.

CADENA SER (2018). “Polémica por el chiste sobre andaluces de un guionista de ‘Allí abajo’”, en *Cadena Ser*, 1 de abril de 2018, disponible en:

[http://cadenaser.com/ser/2018/04/01/television/1522592052\\_845533.html](http://cadenaser.com/ser/2018/04/01/television/1522592052_845533.html)

C.H. (2012). “Nace ‘Mongolia’, una nueva revista satírica editada en España”, en *20 Minutos*, 23 de marzo de 2012. Disponible en:

<https://www.20minutos.es/noticia/1348619/0/nueva/revista/mongolia/>

CRUZ, J. (2013). “Mongolia hija de puta: la Infanta Cristina protagoniza su portada más polémica”, en *Bekia*, 3 de mayo de 2013. Disponible en:

<https://www.bekia.es/realeza/noticias/mongolia-hija-de-puta-infanta-cristina->

[protagoniza-portada-mas-polemica/](#)

DATOSMACRO (2014). “Desempleo de España en 2014”, en *Expansión*, 2014.

Disponible en: <https://datosmacro.expansion.com/paro/espana?sc=LAB-&anio=2014>

DE BARRÓN, I. (2012). “El Estado nacionaliza el grupo de Bankia”, en *El País*, 9 de mayo de 2012. Disponible en :

[elpais.com/economia/2012/05/09/actualidad/1336559567\\_240280.html](http://elpais.com/economia/2012/05/09/actualidad/1336559567_240280.html)

DÍEZ, A. (2014). “El malestar encumbra a Podemos y abre tres opciones de gobierno”, en *El País*, 5 de noviembre de 2014. Disponible en:

[https://elpais.com/politica/2014/11/05/actualidad/1415183511\\_675346.html](https://elpais.com/politica/2014/11/05/actualidad/1415183511_675346.html)

EL CENSOR. [hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003829198&lang=es](http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003829198&lang=es)

Consultado el 25 de septiembre de 2019.

EL DIARIO.ES (2012). “Las portadas de Hermano Lobo, de actualidad”, en *eldiario.es*, 24 de diciembre de 2012. Disponible en:

[www.eldiario.es/politica/portadas-Hermano-Lobo-actualidad\\_0\\_8189-2415.html](http://www.eldiario.es/politica/portadas-Hermano-Lobo-actualidad_0_8189-2415.html)

EL MUNDO (2007). “La tasa de desempleo cierra 2006 en el 8,3%, el nivel más bajo desde 1979”, en *El Mundo*. Disponible en:

<http://www.elmundo.es/mundodinero/2007/01/26/economia/1169798824.html>

EL MUNDO (2012). “España acepta el rescate”, en *El Mundo*, 10 de junio de 2012, disponible en:

[elmundo.es/elmundo/2012/06/10/economia/1339320182.html](http://elmundo.es/elmundo/2012/06/10/economia/1339320182.html)

EL PAÍS (2007). “La Audiencia prohíbe la venta del último número de ‘El Jueves’ por un presunto delito de injurias a la Corona”, en *El País*, 20 de julio de 2007.

Disponible en:

[elpais.com/elpais/2007/07/20/actualidad/1184919431\\_850215.html](http://elpais.com/elpais/2007/07/20/actualidad/1184919431_850215.html)

EL PAÍS (2007). “Los números 1 y 7 de ‘El Jueves’ también fueron secuestrados”, en *El País*, 20 de julio de 2007. Disponible en:

[https://elpais.com/elpais/2007/07/20/actualidad/1184919436\\_850215.html](https://elpais.com/elpais/2007/07/20/actualidad/1184919436_850215.html)

EL PAÍS (2018). “Moción de censura: Sánchez, presidente”, en *El País*, 2 de junio de 2018, disponible en:

[https://elpais.com/politica/2018/06/01/actualidad/1527833707\\_590950.html](https://elpais.com/politica/2018/06/01/actualidad/1527833707_590950.html)

EL PENSADOR. [hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0030240851&](http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0030240851&)  
Consultado el 25 de septiembre de 2019.

EL PERIÓDICO (2012). “El Gobierno permite la fusión de Antena 3 y La Sexta”, en *El Periódico*, 24 de agosto de 2012, disponible en:

<https://www.elperiodico.com/es/tele/20120824/gobierno-permite-fusion-antena3-lasexta-2190652>

EL PLURAL (2017). “La Vida Moderna responde a las críticas por reírse de los discapacitados”, en *El Plural*, 22 de septiembre de 2017. Disponible en:

[https://www.elplural.com/comunicacion/la-vida-moderna-responde-a-las-criticas-por-reirse-de-los-discapacitados\\_110013102](https://www.elplural.com/comunicacion/la-vida-moderna-responde-a-las-criticas-por-reirse-de-los-discapacitados_110013102)

EL ZURRIAGO. [hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003934384&](http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003934384&)  
Consultado el 25 de septiembre de 2019

ESTÉVEZ M. Y SÁNCHEZ R. (2017). “España es el séptimo país de la OCDE donde más ha crecido la desigualdad desde 2010”, en *ElDiario.es*, 13 de septiembre de 2017. Disponible en: [www.eldiario.es/economia/Espana-septimo-OCDE-crecido-desigualdad\\_0\\_686281683.html](http://www.eldiario.es/economia/Espana-septimo-OCDE-crecido-desigualdad_0_686281683.html)

EUROPA PRESS (2012). “Antena 3 confirma la fusión con La Sexta”, en *Europa Press*, 26 de septiembre de 2012. Disponible en:

[www.europapress.es/tv/noticia-antena-confirma-fusion-sexta-201209-26182251.html](http://www.europapress.es/tv/noticia-antena-confirma-fusion-sexta-201209-26182251.html)

FARIÑAS, T. (2018). “El barco ‘Aquarius’, de buque de guardia en el Atlántico a rescatar en el Mediterráneo”, en *El Confidencial*, 11 de junio de 2018. Disponible en: [https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-06-11/buque-aquarius-msf-sos-mediterranee-italia-barco-inmigracion\\_1576968/](https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-06-11/buque-aquarius-msf-sos-mediterranee-italia-barco-inmigracion_1576968/)

FCINCO (2017). “Gabriel Rufián saca una impresora en el Congreso y pide al Gobierno que “deje de hacer el ridículo”, en *El Mundo*, 13 de septiembre de 2017. Disponible en: [www.elmundo.es/f5/comparte/2017/09/13/59b9117fca4741c4668b45ae.html](http://www.elmundo.es/f5/comparte/2017/09/13/59b9117fca4741c4668b45ae.html)

FCINCO (2018). “Róber Bodegas, de Pantomima Full, amenazado de muerte por uno de sus monólogos sobre gitanos”, en *El Mundo*, 27 de agosto de 2018. Disponible en: [www.elmundo.es/f5/comparte/2018/08/27/5b83e31f268e3e304c8b45ff.html](http://www.elmundo.es/f5/comparte/2018/08/27/5b83e31f268e3e304c8b45ff.html)

FONT, V. (2015). “Mongolia conquista España”, en CXTX, 12 de febrero de 2015, disponible en: <http://ctxt.es/es/20150212/politica/309/comunicaci%C3%B3n-mongolia-s%C3%A1tira-periodismo-revista-Espa%C3%B1a.htm>

FORGES. [www.forges.com/bio/#antonio-fraguas-de-pablo](http://www.forges.com/bio/#antonio-fraguas-de-pablo). Consultado el 25 de septiembre de 2019.

GAREA, F. (2015). “Gana el PP, sin votos para gobernar”, en *El País*, 21 de diciembre de 2015. Disponible en: [https://elpais.com/politica/2015/12/20/actualidad/1450627692\\_212116.html](https://elpais.com/politica/2015/12/20/actualidad/1450627692_212116.html)

GEDEÓN. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003045007&lang=es>.

Consultado el 25 de septiembre de 2019.



GÓMEZ, R. (2014). “Varios dibujantes de ‘El Jueves’ dimiten tras retirarse una portada sobre el Rey”, en *El País*, 6 de junio de 2014. Disponible en: [https://elpais.com/sociedad/2014/06/06/actualidad/1402049847\\_240998.html](https://elpais.com/sociedad/2014/06/06/actualidad/1402049847_240998.html)

GTRES (2018). “Dani Mateo se harta y responde a las críticas (y boicot) por la polémica con la bandera de España”, en *Semana*, 5 de noviembre de 2018. Disponible en: <https://www.semana.es/television/dani-mateo-bandera-20181105-002039776/>

HERMANO LOBO. Disponible en: <http://www.hermanolobodigital.com/titulo.php>. Consultado el 25 de septiembre de 2019.

JORGE, M. (2011). “Historia de Twitter”, en *Hipertextual*, disponible en: <https://hipertextual.com/archivo/2011/03/historia-twitter/>

JUNQUERA, N. (2017). “La nieta de Carrero Blanco ve un ‘disparate’ pedir cárcel por unos tuits sobre su abuelo”, en *El País*, 19 de enero de 2017, disponible en: [politica.elpais.com/politica/2017/01/18/actualidad/1484771677\\_648133.html](politica.elpais.com/politica/2017/01/18/actualidad/1484771677_648133.html)

KLAPPENBACH, A. (2012). “El humor del 15-M”, en *Público.es* Disponible en: [www.publico.es/espana/433515/el-humor-del-15-m](http://www.publico.es/espana/433515/el-humor-del-15-m), (recuperado el 2 de julio de 2012).

LA AMETRALLADORA.

[https://www.tebeosfera.com/colecciones/trinchera\\_la\\_ametralladora\\_la\\_1937\\_depp.html](https://www.tebeosfera.com/colecciones/trinchera_la_ametralladora_la_1937_depp.html). Consultado el 25 de septiembre de 2019.

LA CODORNIZ. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0005582833&>. Consultado el 25 de septiembre de 2019.

LA FLACA. <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0026282615&>. Consultado el 25 de septiembre de 2019.

LA INFORMACIÓN (2014). “La televisión en abierto en España tuvo en 2013 los ingresos más bajos desde 2000”, en *lainformación.com*, 8 de octubre de 2014.

Disponible en: [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/publicidad/la-television-en-abierto-en-espana-tuvo-en-2013-los-ingresos-mas-bajos-desde-2000\\_sjwCUHFNtbRNCHIfgmFgK7/](http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/publicidad/la-television-en-abierto-en-espana-tuvo-en-2013-los-ingresos-mas-bajos-desde-2000_sjwCUHFNtbRNCHIfgmFgK7/)

LA SEXTA (2018). “Pablo Iglesias, el líder político nacional peor valorado por detrás de Mariano Rajoy”, en *La Sexta*, 27 de febrero de 2018, disponible en:

[https://www.lasexta.com/noticias/nacional/barometro-del-cis-realizado-la-primer-quincena-de-enero\\_201702075899d9850cf207e0964187a1.html](https://www.lasexta.com/noticias/nacional/barometro-del-cis-realizado-la-primer-quincena-de-enero_201702075899d9850cf207e0964187a1.html)

LA VANGUARDIA (2015). “El Intermedio se va de vacaciones con su mejor audiencia”, en *La Vanguardia*, 3 de julio de 2015. Disponible en:

<https://www.lavanguardia.com/television/audiencias/20150703/54433702961/intermedio-wyoming-audiencia-temporada.html>

LA VANGUARDIA (2019). “Resultados elecciones generales 2019”, en *La Vanguardia*, 28 de abril de 2019. Disponible en:

<https://www.lavanguardia.com/elecciones/elecciones-generales-2019>

LÓPEZ, P. (2013). “El paro llega a 6.202.700 personas y la tasa sube al record del 27,16% en el primer trimestre de 2013”, en *RTVE*, 25 de abril de 2013.

Disponible en: <http://www.rtve.es/noticias/20130425/paro-llega-6202700-personas-tasa-2716-primer-trimestre-2013/649182.shtml>

LUENGO, M. (2017). “La incorrección política en el humor: cuando la ofensa me da risa”, en *El País*, 3 de marzo de 2017, disponible en:

[https://elpais.com/cultura/2017/03/03/actualidad/1488545342\\_604707.html](https://elpais.com/cultura/2017/03/03/actualidad/1488545342_604707.html)

MADRID, J. (2013). “Irene Villa: ‘Me encantan los chistes que se hacen sobre mí’”, en *Vanitatis (El Confidencial)*, 17 de noviembre de 2013, disponible en:

[https://www.vanitatis.elconfidencial.com/noticias/2013-11-17/irene-villa-me-encantan-los-chistes-que-se-hacen-sobre-mi\\_55442/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/noticias/2013-11-17/irene-villa-me-encantan-los-chistes-que-se-hacen-sobre-mi_55442/)

MARRACO, M. (2014). “51 detenidos y un fraude de 250 millones en ayuntamientos y CCAA”, en *El Mundo*, 28 de abril de 2014, disponible en: [www.elmundo.es/espana/2014/10/27/544e15deca474154028b4574.html](http://www.elmundo.es/espana/2014/10/27/544e15deca474154028b4574.html)

MARTÍNEZ, M. (2017). “Las personas miedosas votan a la derecha (y no pueden evitarlo)”, en *El País*, 9 de marzo de 2017, disponible en: [https://elpais.com/elpais/2017/03/07/buenavida/1488890370\\_121465.html](https://elpais.com/elpais/2017/03/07/buenavida/1488890370_121465.html)

MONGOLIA (2013). “La portada que Mongolia nunca debió publicar”, en *Mongolia*, febrero de 2013. Disponible en: <https://www.revistamongolia.com/revista/la-portada-que-mongolia-nunca-debio-publicar>

NAVAS, J. (2014). “¿Por qué el paro registrado en el INEM es diferente al dato de la EPA?”, en *El Mundo*, 23 de enero de 2014. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/05/03/economia/1336064669.html>

ORRIOLS, L. (2014). “Reflexiones postelectorales”, en *El País*, 31 de mayo de 2014. Disponible en: [elpais.com/ccaa/2014/05/30/catalunya/1401471690\\_604117.html](http://elpais.com/ccaa/2014/05/30/catalunya/1401471690_604117.html)

OSPINA, V. y ENRÍQUEZ, R. (2015). “¿Qué es y en qué consiste la ‘ley mordaza’ también conocida como Ley de Seguridad Ciudadana?”, en *Expansión*, 3 de julio de 2015, disponible en: <https://www.expansion.com/economia/politica/2015/07/01/5593a63e46163f06438b4572.html>

PARERA, B. (2018). “Gana la banca: el Supremo decide por 15 a 13 que el cliente pague el impuesto hipotecario”, en *El Confidencial*, 6 de noviembre de

- 2018, disponible en: [https://www.elconfidencial.com/espana/2018-11-06/hipotecas-tribunal-supremo-impuesto-decision\\_1641099/](https://www.elconfidencial.com/espana/2018-11-06/hipotecas-tribunal-supremo-impuesto-decision_1641099/)
- PARRONDO, A. (2018). “Así colocaba el PP a los jueces que investigaban Gürtel mientras te hablaban de Cataluña”, en *Los Replicantes*, 18 de febrero de 2018, disponible en: <https://www.losreplicantes.com/articulos/coloco-pp-jueces-gurtel-hablaban-proces-catalan/>
- PASTOR, C. (2016). “La Traca, de semanario satírico local a fenómeno editorial nacional”, en *Global Stylus*, 5 de noviembre de 2016. Disponible en: <https://globalstylus.com/la-traca-de-semanario-satirico-local-a-fenomeno-editorial-nacional/>
- PÉREZ, F. (2017). “La Audiencia Nacional condena a Cassandra Vera, la tuitera que hizo chistes de la muerte de Carrero Blanco”, en *El País*, 30 de marzo de 2017, disponible en: [elpais.com/politica/2017/03/29/actualidad/1490788774\\_203770.html](http://elpais.com/politica/2017/03/29/actualidad/1490788774_203770.html)
- PERICH. [museodelhumor.es/el-perich/](http://museodelhumor.es/el-perich/). Consultado el 25 de septiembre de 2019.
- PERIODISTA DIGITAL (2013). “La TDT, una historia de favores de Zapatero para tener contentas a las grandes televisiones privadas”, en *periodistadigital.com*. Disponible en: <http://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2013/03/25/tdt-zapatero-television-digital-terrestre-antena3-telecinco-lasexta-cuatro-veo-net.shtml>
- REASON WHY. [https://www.reasonwhy.es/actualidad/sector/en-el-dia-mundial-de-la-television-analizamos-la-situacion-del-medio\\_2013-11-21](https://www.reasonwhy.es/actualidad/sector/en-el-dia-mundial-de-la-television-analizamos-la-situacion-del-medio_2013-11-21). Consultado el 30 de septiembre de 2019.
- RUIZ, E. (2018). “Marcos Mas, guionista de ‘Late Motiv’: ‘El guion del programa

- no termina nunca, no tenemos horarios”, en *Formula TV*, disponible en:  
<https://www.formulatv.com/noticias/78712/marcos-mas-guionista-late-motiv-guion-programa-no-termina-nunca/>
- STATISTA (2016). “Gasto en publicidad en la televisión en España de 2008 a 2015”, en *statista.com*. Disponible en:  
<http://es.statista.com/estadisticas/475346/television-gasto-en-publicidad-en-espana/>
- TOLEDANO, B. (2017). “El número de usuarios que ha sumado Twitter en el último trimestre asciende a cero”, en *El Mundo*, disponible en:  
[www.elmundo.es/tecnologia/2017/07/27/5979dc3146163fc6568b4674.html](http://www.elmundo.es/tecnologia/2017/07/27/5979dc3146163fc6568b4674.html)
- TORRÚS, A. (2014). “El País cambia de director y la redacción teme un giro a la derecha”, en *Público*, 18 de febrero de 2014, disponible en:  
<https://www.publico.es/actualidad/pais-cambia-director-y-redaccion.html>
- TRECEÑO, J. (2013). “Madrid, con 3.419 manifestaciones, batió su propio record en 2012”, en *El Mundo*, 16 de enero de 2013. Disponible en:  
[www.elmundo.es/elmundo/2013/01/16/madrid/1358337124.html](http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/16/madrid/1358337124.html)
- URQUIZU, I. (2014). “¿Por qué tiene éxito Podemos?”, en *El País*, 15 de octubre de 2014. Disponible en:  
[https://elpais.com/elpais/2014/10/15/opinion/1413398106\\_224493.html](https://elpais.com/elpais/2014/10/15/opinion/1413398106_224493.html)
- VEGA, A.R. (2018). “Zasca de Teresa Rodríguez a Gabriel Rufián tras mofarse de Susana Díaz en su mensaje de Navidad”, en *ABC*, 3 de enero de 2018, disponible en [https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-zasca-teresa-rodriguez-gabriel-rufian-tras-mofarse-susana-diaz-mensaje-navidad-201801031407\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-zasca-teresa-rodriguez-gabriel-rufian-tras-mofarse-susana-diaz-mensaje-navidad-201801031407_noticia.html)
- VILLENA, M.A. (1998). “La Codorniz vuelve de nuevo 20 años después de su

desaparición”, en *El País*, 21 de diciembre de 1998. Disponible en:

[https://elpais.com/diario/1998/12/21/cultura/914194804\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1998/12/21/cultura/914194804_850215.html)

YÁRNOZ, C. (2015). “Doce muertos en un atentado en la revista ‘Charlie Hebdo’

en París”, en *El País*, 8 de enero de 2015. Disponible en:

[https://elpais.com/internacional/2015/01/07/actualidad/1420629274\\_264304.html](https://elpais.com/internacional/2015/01/07/actualidad/1420629274_264304.html)

ZAFRA, I. (2016). “El final trágico del ‘Charlie Hebdo’ español”, en *El País*, 6 de

octubre de 2016. Disponible en:

[https://elpais.com/cultura/2016/10/05/actualidad/1475684152\\_476463.html](https://elpais.com/cultura/2016/10/05/actualidad/1475684152_476463.html)

### **5.3 Fuentes en wikis y redes sociales:**

Wikipedia. “Audiencia media de las temporadas de El Intermedio”. Disponible

en: [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_intermedio](https://es.wikipedia.org/wiki/El_intermedio)

Wikipedia. “Creación del Registro Oficial de Periodistas”. Disponible en:

[@08181](https://es.wikipedia.org/wiki/Leyes_espa%C3%B1olas_de_prensa)

[@ahorapodemos](#)

[@AnitaBotwin](#)

[@Arezno](#)

[@CarlosLanga](#)

[@carvalladolid](#)

[@CondeDeLaFere](#)

[@cristina\\_pardo](#)

[@DaniMateoAgain](#)

[@donarfonzo](#)

*@elbaronrojo*  
*@El\_Intermedio*  
*@elmundotoday*  
*@Els\_quatre\_gats*  
*@Enrique\_Herrero*  
*@esecundarios*  
*@FacuDiazT*  
*@ForbesFlauta*  
*@FrayJosepho*  
*@gabrielrufian*  
*@gerardotc*  
*@gianclgar*  
*@iescolar*  
*@IgnatiusFarray*  
*@Imbecilismo*  
*@JosPastr*  
*@JotDownSpain*  
*@mariolacubells*  
*@masaenfurecida*  
*@maximhuerta*  
*@Modernicidio*  
*@moedetriana*  
*@Mortimer\_Fu*  
*@norcoreano*  
*@PabloTilo*

@PhilAMellows

@queridoantonio

@quiquepeinado

@raquelsastrecom

@SenoritaPuri

@Sergio\_VSantes

@SrHuevon

@TaboadaLucia

@tortondo

@Xuxipc

@yeyodebote

#### **5.4 Fuentes orales:**

Daniel Gove, dibujante de *El Jueves*, vía correo electrónico enviado el 28/02/2017 y respondido el 01/03/2017.

Enrique Herrero, guionista de *90 Minuti (Real Madrid TV)*, vía correo electrónico enviado el 28/02/2017 y respondido el 02/03/2017

Gerardo de la Torre (@gerardotc) vía correo electrónico enviado el 04/09/2018 y respondido el 05/09/2018

Javier Durán, guionista de *Late Motiv (Cero)*, y vía correo electrónico enviado el 28/02/2017 y respondido el 01/03/2017.

Norcoreano, creador de la cuenta parodia de Twitter “Kim Jong-Un” (@norcoreano) vía correo electrónico enviado el 05/09/2018 y respondido el 25/09/2018



Raúl Navarro, guionista de *El Intermedio* (La Sexta) y *Late Motiv* (Cero), vía correo electrónico enviado el 28/02/2017 y respondido el 01/03/2017.

Tatiana Chisleanschi, guionista de *90 Minuti* (Real Madrid TV), vía correo electrónico enviado el 28/02/2017 y respondido el 03/03/2017

## 6 BIBLIOGRAFÍA

- ABREU, C. (2000). "La imagen periodística no fotográfica (II): el dibujo, definiciones y orígenes, *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 3 nº 29. [Consultado: 26 de Marzo de 2020]. Disponible en: [www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81932904](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81932904)
- ALCAIDE LARA, E. R. (2004). "La ironía, recurso argumentativo en el discurso político". *Rilce. Revista de Filología Hispánica*, 20 (2), pp. 169-198.
- ALCAIDE LARA, E. R. (2011). "Cuando la oralidad 'se despierta': la ironía en el discurso político no parlamentario". BUSTOS, J., CANO, R., MÉNDEZ, E. y LÓPEZ, A. (Coords.), *Sintaxis y análisis del discurso hablado en español. Homenaje a Antonio Narbona*, vol. I, Universidad de Sevilla, Sevilla, pp. 35-50.
- ALVARADO ORTEGA, M. y GURILLO RUIZ, L. (2013). *Humor, ironía y géneros textuales*, Universidad de Alicante, Servicio de publicaciones, Alicante.
- ARROYO, E. (2008). "El infoshow", en SANGRO, P. y SALGADO A. (Coords.) *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*, Laertes, Madrid, pp. 173-192.
- BALBOA, M. (2018). *Entre la risa y la ofensa. Análisis de la censura como herramienta de control social y evaluación del estado del humor satírico en España*. TFG, grado sociología, Universidad de Barcelona. Disponible en: [diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/126689/1/TFG-SOC-Balboa-Marc-Jun18.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/126689/1/TFG-SOC-Balboa-Marc-Jun18.pdf)
- BARRERO, M. (2008). "La controversia de las viñetas de Mahoma. Géneros, alcance y propaganda en la sátira gráfica". *Mundaiz*, 75, pp.1-45.

- BEL MALLÉN, J. I. (1990). "La libertad de expresión en los textos constitucionales españoles", *Documentación de las Ciencias de la Información*, nº 13, pp. 23-52.
- BENTON, G. (1988). "The Origins of the Political Joke", en PATON, G., POWELL, C., VENEZIA, L. y FRAILING, K. *Humour in Society. Resistance and Control*. The MacMillan Press LTD, London, pp. 33-55.
- BERGER, H. (1999). *Risa redentora: dimensión cómica de la experiencia humana*. Editorial Kairos, Barcelona.
- BERGSON, H. (1956). "Laughter", en SYPHER, W. *Comedy*. Doubleday Anchor, Nueva York, pp. 61–190.
- BERGSON, H. (1986). *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Espasa Calpe, serie Austral. Madrid.
- BERINSKY, A. (2005). *Silent Voices: Public Opinion and Political Participation in America*. Princeton University Press, Princeton.
- BERROCAL GONZALO, S., ABAD, L., CEBRIÁN, E., y PEDREIRA, E. (2001). "La imagen de los partidos políticos en *El Informal*, *CQC* y *Las Noticias del Guiñol* en las elecciones legislativas de 2001", *Zer: Revista de estudios de comunicación*, nº 11, pp. 167-185.
- BILLIG, M. (2005). *Laughter and Ridicule: toward a social critique of humor*. Sage, London
- BOND, F. (1974). *Introducción al periodismo. Estudio del cuarto poder en todas sus formas*. Limusa, México D.F.
- BORDERÍA, E., MOMPART, J. y GALLEGU, F. (2018). *El humor y la Cultura en la España contemporánea*. Hacer, Barcelona.

- BOZAL, V. (1968). "El arte popular en la España del siglo XIX", *Cuadernos Hispanoamericanos*, nº 218, pp. 276-301.
- CARANDELL, L. (1992). "El dibujo de humor", *La Imagen en la prensa*. Aede. Publicación de la Asociación de Editores de Diarios Españoles, nº 17, Madrid, pp.10
- CHAFE, W. (2007). *The importance of not being earnest*, Ed. John Benjamins, Philadelphia.
- COHEN, M. (2007). "Cartooning Capitalism: Radical Cartooning and the Making of American Popular Radicalism in the Early Twentieth Century", *Humour and Social Protest. International Review of Social History Supplements (Supplement 15)*. Press Syndicate of the University of Cambridge, New York, pp. 35-58.
- CORREA, S. (2009). "El humor como estrategia de cortesía positiva", *De oratore*. Argos, 32(2), 216-90.
- DENZIN, N. K. y LINCOLN, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage, Londres
- DLE (2014). *Diccionario de la lengua española*. Espasa, Madrid.
- DUFOUR, G. (2005). "¿Cuándo fue abolida la Inquisición en España?", *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, nº 13, pp. 93-107.
- EIROA, M. y BARRANQUERO, A. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Síntesis, Madrid.
- EL JUEVES (2003). *Tocando los borbones*. La Esfera de los libros, Barcelona.
- ERREJÓN, I. (2018). "Prólogo", *La superioridad moral de la Izquierda*. Lengua de Trapo, Madrid.

- FERNÁNDEZ, C. (2012). "Twitter y la ciberpolítica", *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, Vol. 5, nº 1, Art. 1, pp. 9-24.
- FERNÁNDEZ SOLÍS, J. (2013). "El valor del humor para una comunicación eficaz", *Miscelánea Comillas*, Vol. 71, núm. 139, pp. 459-482.
- FESSLER, D., PISOR, A. Y HOLBROOK, C. (2017). "Political orientation predicts credulity regarding putative hazards", *Psychological Science* 28, pp. 651-660.
- FORRADELLAS, J. y MARCHESE, A. (2013). *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*. Ariel, Barcelona.
- FRANKLIN, M. (2004). *Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945*. Cambridge University Press, Cambridge.
- FREUD, S. (1960). *Jokes and their relation to the unconscious* (J. Strachey, Trans.). W. Norton, Nueva York (Publicado originalmente en 1905).
- GASCÓN-VERA, P. (2020). "Revisión histórica de la prensa satírica española hasta la actualidad: la revista *Mongolia* y su salto audiovisual a *La Sexta* y *Flooxer*", *Estudios sobre el mensaje periodístico* 26(1), pp. 123-133.
- GRICE, H. ([1975] 1989). "Logic and conversation", *Studies in the Way of Words*. Harvard University Press, Londres, pp. 22-40.
- GRICE, H. ([1978] 1989). "Further notes on Logic and Conversation", *Studies in the Way of Words*. Harvard University Press, Londres, pp. 41-57.
- GRUNER, C. (1997). *The Game of Humor: A Comprehensive Theory of Why We Laugh*. Transaction Publishers, Nueva Jersey.
- GUILLAMET, J. y SALGADO, F. (2014). *El Periodismo en las Transiciones Políticas: de la Revolución Portuguesa y la Transición Española a la*

*Primavera Árabe*. Biblioteca Nueva, Madrid.

GUILLAMET, J., SALGADO, F. e ITURRATE, M. (2015). “El apoyo de la prensa a la Transición española. Actitudes de los periódicos antes el Rey, el Gobierno y los partidos (1975-1977)”, en PINEDA SOTO, A. *Recorridos de la prensa moderna a la prensa actual*. Univesidades de Michoacan y Querétaro, Michoacán y Querétaro, pp. 211-236.

HALLIN, D.C. y MANCINI, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press, Cambridge.

HART, M. y BOS, D. (2007). “Humour and Social Protest”, *International Review of Social History Supplements (Supplement 15)*. Press Syndicate of the University of Cambridge, Nueva York, pp.1-20.

HERNÁNDEZ GONZÁLEZ, M<sup>a</sup>. B. (1999). “El humor, la ironía y el cómico: códigos transgresores de lenguajes e ideologías”, *Signa: revista de la Asociación Española de Semiótica*, 8, pp. 217-232.

HERNÁNDEZ, J. (2002). *El humor y las ciencias humanas*. Universidad de Cádiz, Cádiz, pp 18-20.

HUTCHEON, L. (1981). “Ironie, satire, parodie. Une approche pragmatique de l’ironie”, *Poétique*. N° 46, pp. 140-155.

HUXLEY, A. (1932). *Un mundo feliz*. Gran Bretaña

IDÍGORAS, A. (2002). *El valor terapéutico del humor*. Colección Serendipity, Desclee, Bilbao.

ISEN, A. (2003). “Positive affect as a source of human strengths”, en ASPINWALL, L. y STAUDINGER, U. (eds.) *A psychology of human strengths: Fundamental questions and future directions for a positive psychology*. American Psychological Association, Washington DC, pp. 179-185.

- JÁUREGUI, E. (2009). *El sentido del humor. Manual de instrucciones*. Integral, Madrid.
- JOHNSON, M., PHILLIPS SHIVELY, W. y STEIN, R. (2002). "Contextual Data and the Study of Elections and Voting Behaviour: Connecting Individuals to Environments", *Electoral Studies*, 21, pp. 219-233.
- JONES, J. (2010). *Entertaining Politics. Satiric Television and Political Engagement*. Rowan and Littlefield, Nueva York.
- LAZARFIELD, P.F., BERELSON, B. y RING, L.J. (1944). *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press, Nueva York.
- LARSEN, E. (1980). *Wit as a Weapon: The Political Joke in History*. F. Muller, London.
- LIPPETT, J. (1995). "Humour and Superiority", *Cogito*, nº 9 (1), pp. 54-61.
- LIZASO TIRAPU, M.A. (2014). "Datos para una biografía del *Duende Crítico* de Madrid", *Príncipe de Viana*, nº 259, pp. 185-237.
- LLERA RUIZ, J. (2003). "Una historia abreviada de la prensa satírica en España: desde *El Duende Crítico* de Madrid hasta *Gedeón*", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, pp. 203-214.
- LLUCH, J. (2014). "La representación de la mujer en la prensa satírica: Por Favor (1974-1978)", *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, nº3, Vol. 1, pp. 71-94.
- LOZANO, C. (2014). "La Codorniz, los límites de la libertad de prensa en la España de los 40", *Revista Atticus*, nº 25, pp. 19-28.
- LUDOVICI, K. (1933). *The secrets of laughter*. Viking, Nueva York.
- LYNCH, O. (2002). "Humorous Communication: Finding a Place for Humour",

*Communication Research*, 4, pp. 423-445.

MAYRING, P. (2000). "Qualitative Content Analysis", *Forum Qualitative Social Research*, Volume 1, nº 2, Art. 20, pp. 1-10. Disponible en:

<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089>

MAGALLÓN-ROSA, R. (2018). "La biblioteca digital sobre Donald Trump. Fact checking frente a fake news", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 24, nº 1, pp. 273-282.

MARTIN R., NICHOLAS A. K., L. JOAN O., AND KATHRYN A. D. (1993). "Humour, coping with stress, self-concept, and psychological well-being", *HUMOR: International Journal of Humour Research*, 6(1), pp. 89-104.

MARTIN, R. (2008). *La Psicología del humor*. Orión, Madrid.

MASCHA, E. (2011). "Mocking Fascism. Popular Culture and political satire as counter – hegemony", *Studies in Political Humour: In between political critique and public entertainment*. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/ Philadelphia. pp. 191-213.

MASSI, P. (2008). "El humor es cosa seria. Discursos transgresores en la prensa alternativa norpatagónica", *Comunicación y Medios*, 18, pp. 155-175.

MELÉNDEZ MALAVÉ, N. (2005). *El humor gráfico en el diario El País durante la transición política española (1976-1978)*. Universidad de Málaga, Málaga.

MELÉNDEZ MALAVÉ, N. (2014). "Máximo en *El País*, opinador diario e independiente de la mañana", en VV. AA., *Máximo. Trazos de una trayectoria*. Alcalá de Henares: Fundación General de la Universidad de Alcalá, Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Disponible en <https://issuu.com/publicacionesaacid/docs/maximo>.



- MELÉNDEZ MALAVÉ, N. (2015). "El poder al poder: Monarquía, Ejército e Iglesia en el humor gráfico del diario *El País* durante la transición", en BORDERÍA ORTIZ, E., MARTÍNEZ GALLEGOS F. A. y GÓMEZ MOMPART J. Ll. (eds.), *El humor frente al poder. Prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987)*, Biblioteca Nueva, Madrid, pp. 153-162.
- MOGIN-MARTIN, R. (2006). "La monarquía española según la revista "El Jueves", en CHAPUT, M. Y PELOILLE, M. (Coord.), *Humor y política en el mundo hispánico contemporáneo*, Université Paris X-Nanterre, París, pp. 115-132.
- MOMPART, J.LL. (2015). "Leve crítica a la monarquía, el ejército y la iglesia en el periodismo satírico de *Por Favor* (1974-1978)", *El humor frente al poder. Prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987)*, Biblioteca Nueva, Madrid.
- MONJE ÁLVAREZ, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Programa de Comunicación Social y Periodismo. Colombia.
- MORENO, C. (2008). "Humor político, entre la terapia y el ridículo. Notas para una teoría política que hable del humor en serio", *Política para un mundo en cambio. VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración*. Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración. Universidad de Valencia. Valencia. Disponible en [http://www.aecpa.es/uploads/les/congresos/congreso\\_08/area1/GT-3/MORENO-CARMELO.pdf](http://www.aecpa.es/uploads/les/congresos/congreso_08/area1/GT-3/MORENO-CARMELO.pdf), consultado en agosto de 2016.

- MORENO, C. (2010). "El 'Zejas' y la 'niña de Rajoy'. Análisis sobre el papel del humor en las elecciones generales españolas de 2008", *Revista española de Ciencia Política*, 22, pp. 69-93.
- MORREALL, J. (1987). *The philosophy of laughter and humour*. State University of New York, Albany.
- MORREALL, J. (2005). "Humour and the Conduct of Politics", *Beyond a Joke. The Limits of Humour*. Lockyer Sharon and Pickering Michael. Palgrave Macmillan, London, 63-78.
- MORREALL, J. (2009). *Comic Relief*, Wiley-Blackwell.
- MULKAY, M. (1988). *On Humour: Its Nature and Its Place in Modern Society*. Cambridge Polity Press, Cambridge.
- PIEDRAHITA, M. (1993). *Periodismo moderno. Historia, perspectivas y tendencias hacia el año 2000*. Paraninfo, Madrid.
- PLESSNER, H. (1970). *Laughing and crying*. North-western University Press, Illinois.
- POSTMAN, N. (1985). *Divertirse hasta morir*. La Tempestad, Barcelona.
- PRESS, C. (1981). *The Political Cartoon*. Associated University Press, Toronto.
- PREVITERA, R. (2013). "La prosa de Adolfo Bioy Casares: El poder de la sátira, la sátira del poder", *Philologia Hispalensis*, 27, 1-2. Université Paris-Sorbona, pp. 55-70
- PRIETO, M. y MOREIRO, J. (1998). "Biografía de un pájaro revoltoso", en PRIETO, M. Y MOREIRO, J. (Coords.) *Antología (1941-1978)*, EDAF, Madrid, pp.11-41.
- RAPP, A. (1951). *The origin of wit and humour*. E. P. Dutton, Nueva York.

- RASKIN, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humour. Studies in Linguistics and Philosophy*. D. Reidel Publishing Company, Dordrecht.
- REIG, R. (2008). “El poder del humor y el humor bajo el poder”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, pp.1-18.
- REIG, R. Y MACNINAS-CHÁVEZ, R. (2018). “Transgresión crítica del sistema: la viñeta periodística”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 504-530.
- REYES, G. (1984). *Polifonía textual. La citación en el relato literario*. Gredos, Madrid.
- REYES, G. (2002). *Metapragmática: Lenguaje sobre lenguaje, ficciones, figuras*. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- RODRÍGUEZ, S. y PROVENCIO H. (2012). “Gigantes contra molinos: una explicación pragmática de la ironía y el humor en publicidad”, *Revista de Investigación Lingüística*, Universidad de Murcia, 15, pp. 251-267.
- RODRÍGUEZ-TOUBES. J. (2012). “La reducción al absurdo como argumento jurídico”, *DOXA, Cuadernos de Filosofía del Derecho*, Universidad de Santiago de Compostela, 35, pp. 91-124.
- ROJAS, M. (2010). *Superar la adversidad*. Espasa, Madrid.
- ROMERO A. y VILLANUEVA G. (2014). *Información y sátira en televisión: El Intermedio*. TFG Universidad de Málaga, Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- RUCH, W. (2002). *Humour Research*. 14th Conference of the International Society of Humour Studies. Bertinoro, Italia.
- SALES, E. (2009). “Larra, Fígaro de vuelta, 1809-2009”. Madrid, exposición de la BNE. Disponible en:

- SALGADO, F. (2017). “Decepción, desencanto y disidencia. La oposición social y política en la prensa satírica durante la Transición. El Papus y El Jueves (1977-78)”, *Historia Actual Online*, 48 (1), pp. 129-141.
- SÁNCHEZ-BLANCO, F. (2016). *El Censor, un periódico contra el Antiguo Régimen*. Alfar, Sevilla.
- SÁNCHEZ-ROMERO, M. (2008). “El Intermedio. Ya conocen el programa, ahora les contaremos la verdad”, en SANGRO, P. y SALGADO A. (Coords.), *El entretenimiento en TV: Guion y creación de formatos de humor en España*. Laertes, Barcelona, pp. 225-228.
- SANGRO, P. y SALGADO, A. (2008). *El entretenimiento en TV: Guion y creación de formatos de humor en España*. Laertes, Barcelona.
- SCHULTZ, C. (1977). “The Psycho-Logic of Political Humour”, en CHAPMAN, J. y FOOT, C. *It's a Funny Thing Humour*. Pergamon Press, Oxford, pp. 65- 69.
- SEGADO, F. (2009). “El camino a las elecciones de 1977: el primer gobierno de Adolfo Suárez en las viñetas de la prensa diaria”, *Hispania. Revista Española de Historia*, vol. LXIX, 232, pp. 477-512.
- SEOANE, M<sup>a</sup> Cruz, y SÁIZ, M<sup>a</sup> Dolores (1996). *Historia del Periodismo en España*. Alianza, Madrid.
- SIERRA, S. (2012). “Humor y crítica social en la red en el entorno del 15M”, *Discurso & Sociedad*, Vol. 6 (3), pp. 611-635.
- SIMPSON, P. (2003). *On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satiric Humour*. John Benjamins, Amsterdam/Philadelphia.

- THEOFYLAKTI, Z. (2016). *Humor y discurso político: El humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española*, Universidad Pompeu Fabra. Disponible en <http://hdl.handle.net/10803/385361>
- VALBUENA DE LA FUENTE, F. (2010). "El Humor en comunicación política", *CIC Cuaderno de Información y Comunicación*, vol. 15, pp. 123-164.
- VALERO, A. (2014) "Libertad de expresión y sátira política: un estudio jurisprudencial", *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 2, Vol. 1, pp. 86-96.
- VALHONDO, J. L. (2011). *Sátira televisiva y democracia en España*. UOC, Barcelona, pp. 89.
- VALHONDO, J. L. (2019). *Investigar la prensa satírica actual. Medio siglo de El Jueves: enfoques teóricos y metodológicos*. Hacer, Barcelona.
- VARGAS, I. (2012). "La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos", *Revista Calidad en la Educación Superior*, vol. 3, 1, pp. 119-139.
- VÍLCHEZ, J.F. (2015). "Prensa satírica en España: 1970-1980, una década de esplendor", *El Argonauta español* (En línea), 12. Disponible en: <https://journals.openedition.org/argonauta/2268?lang=es#quotation>
- WAISANEN, D. (2009). "A Citizen's Guides to Democracy Inaction: Jon Stewart and Stephen Colbert's Comic Rhetorical Criticism", *Southern Communication Journal*, 74 (2), pp.119-140.
- WARNER, J. (2007). "Political Culture Jamming: The Dissident Humour of the Daily Show With Jon Stewart", *Popular Communication*, 5(1), pp. 17-36.
- WATERS, C. (2011). "Being Berlusconi. Sabina Guzzanti's impersonation of the Italian Prime Minister between stage and screen", *Studies in Political Humour*.

*In between political critique and public entertainment*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/ Philadelphia, pp. 167-189.

YANOS, R. (2005). "La complicada evolución de la libertad de prensa en España durante el siglo XX. Apuntes para un estudio", *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*. Universidad Complutense de Madrid, 30.

YUS RAMOS, F. (1995-1996). "La teoría de la relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución", *Pragmalingüística*, 3-4, pp. 497-508.